

MOZAIC

Smithfield România®

RESPONSABILITATE | EXCELENȚĂ OPERAȚIONALĂ | INOVARE

19

MOZAIC

Smithfield România

Iunie 2020

NOUTĂȚI

Smithfield România susține campania „Să înțelegem mai bine alimentele”

BRANDURILE NOASTRE

Noi game de produse Comtim / Grătărel, Produsul anului 2020

ÎN COMUNITATE

Smithfield România sprijină linia întâi în lupta COVID-19!



CUPRINS

- 3 INTERVIURI ECHIPA TOP MANAGEMENT**
Goran Panici, Director General Smithfield România
Dana Brindescu-Iovanov, Director General Divizia Carne Proaspătă
Silviu Murariu, Director General Divizia Ferme
Voicu Vușcan, Administrator Elit
- 6 NOUȚĂȚI**
Campanie de informare - Pesta Porcină Africană (PPA) / Smithfield România, în contextul COVID-19 / Elit - Prezent în top 100 cele mai mari companii din industria alimentară în 2018 / Smithfield România - locul 1 în Topul celor mai mari companii / Participare la Berlinkiada, ediția 2020 / Smithfield România susține campania „Să înțelegem mai bine alimentele”
- 8 PROIECTE INTERNE**
Participare la târg de joburi online / Prezentarea proceselor de producție Smithfield România într-un format ușor de înțeles / Noi proiecte pentru securitatea și sănătatea angajaților la locul de muncă / 17 proiecte înscrise în cadrul competiției ROI Awards 2020 Smithfield Foods!
- 16 ÎN COMUNITATE**
Susținem dezvoltarea învățământului din comunitățile în care activăm / Smithfield România crează continuu valoare adăugată în comunități / 270 de suflete mai fericite, de Sărbători - Eveniment „Hrană pentru suflete” la Cantina „Dar din Dar” din Partoș / Continuăm să sprijinim mediul academic / Calendarul acțiunilor „Fii unul dintre noi” / Campania „Donare de Sânge”, ediția a 6-a / Smithfield România sprijină linia întâi în lupta COVID-19!
- 19 ANGAJAȚI**
Profil de angajat Divizia Ferme: Ramona Rusu și Arpad Pataki / Profil de angajat Divizia Carne Proaspătă: Medana Dobre și Gabriel Oprea / Profil de angajat Elit: Sorin Tanasă și Christian Kilin / Profil de angajat Maier: Lorena Petruș / Competiția Ferma anului
- 23 BRANDURILE NOASTRE**
Gama Salade de la Elit / Noua Gamă de Produse ELIT - Finom / Produsele Elit la un click distanță de consumatori / Brandul Comtim, ușor de găsit / Campanie de vizibilitate națională ELIT livrează la tine acasă / Grătărel, Produsul anului 2020 / Campania de banere Comtim online / Proiect de promovare a brandului Comtim în marile rețele de magazine. Partea a 2-a / Rebranding pentru gama Comtim - Porc Ușor / Gama de conserve Comtim
- 32 MOZAIC**
Cină festivă cu mușchiuleț în bacon și morcovi caramelizați / Rețetă Elit - Chec pentru micul-dejun! / Interviu mascota Comtim, partea a 2-a / Gânduri bune pentru Smithfield România / Programele Smithfield România de responsabilitate socială continuă să aducă bucurie / Fan Comtim - Smithfield România, Dinu Cerna / Angajații Elit - fanii produselor cu gust desăvârșit

Redactor șef: **Bogdan Ban**

Echipa de redacție: **Cristina Bodea, Lorena Balica și Andrada Calancea.**

Colaboratori: **Ramona Rusu, Arpad Pataki, Gabriel Oprea, Medana Dobre, Dinu Cerna, Cristina Florea, Radu Ionel, Mircea Bîtcă, Bogdan Hidișan, Simona Axinia, Cezar Ludoșean, Alexandru Constantinescu, Cristian Orădan, Dan Buda, Ciprian Lixandru, Ramona Untaru și Bogdan Ilie.**

Tiraj revistă: **1000 de exemplare**
PRAIS Corporate Communications

Design:

 **Intelligentlogo.com**

Dragi colegi,

Trăim o perioadă complicată, fără precedent, generată de apariția noului Coronavirus. Singura noastră certitudine este că viața noastră nu mai este la fel ca înainte și încercăm să înțelegem impactul pe termen lung pe care COVID-19 îl are asupra noastră, atât în viața privată, cât și în aceea de cetățean și de angajat. Pentru a evita pericolul pe care acest virus îl reprezintă pentru noi, pentru cei dragi nouă, pentru colegii de lucru dar și pentru activitatea care ne asigură traiul, este important să înțelegem că nu putem avea același comportament ca cel de înainte de pandemie! Este foarte important să respectăm cu strictețe măsurile de prevenție pentru a nu ne îmbolnăvi și a nu pune în pericol familiile noastre, pe colegii noștri de serviciu, prieteni și cunoscuți. Este o responsabilitate de care trebuie să fim conștienți în orice clipă și pentru continuarea căreia este nevoie să facem tot ce ne stă în putință!



În cadrul companiei am instituit încă de la începutul pandemiei o serie de măsuri menite să ne protejeze în fața răspândirii virusului, bazate pe recomandările autorităților în domeniu. Astfel, am luat toate măsurile necesare pentru a asigura distanțarea socială la locul de muncă și am pus la dispoziția tuturor angajaților echipamentele de protecție individuale și consumabilele necesare dezinfecției. În general, în implementarea măsurilor de prevenție, nu există jumătăți de măsură, trebuie să fim cu toții mereu în alertă, să identificăm și analizăm riscurile în mod continuu! Pentru a ne proteja, trebuie să respectăm cu strictețe procedurile menite să prevină propagarea bolii. Virusul nu iartă dacă lăsăm garda jos, iar atunci când unele proceduri par prea stricte sau ne gândim că ne încetinesc, trebuie să avem în vedere faptul că în joc nu este doar sănătatea noastră, ci sănătatea și bunăstarea familiei fiecăruia dintre noi, a apropiaților și a colegilor noștri. Fiecare dintre noi are un rol la fel de important în lupta împotriva acestui virus.

Goran Panici

Director General
Smithfield România

Apariția bolii a generat o adevărată criză socială și economică la nivel mondial, prin multitudinea de îmbolnăviri, prin încetinirea producției și a consumului. În timp ce alte societăți și-au oprit activitatea pentru o perioadă determinată sau nedeterminată, noi nu ne putem permite acest lucru. De ce? Pentru că ne ocupăm cu creșterea animalelor, care necesită îngrijire zilnică și continuitate în fluxul de producție. În același timp, trebuie să producem zilnic carne de porc, respectând promisiunile date clienților noștri și oferind astfel necesarul zilnic de produse din carne 100% românești. Noi trebuie să învățăm și să ne adaptăm rapid, din mers. Putem face aceste lucruri doar dacă fiecare dintre noi este responsabil și respectă măsurile de prevenție. Toate aceste măsuri suplimentare, implementate de la declararea pandemiei, vin în completarea regulilor noastre stricte de igienă și biosecuritate, specifice domeniului de activitate și sistemelor de management certificate la nivel de companie. Acestea reprezintă standardul în industria de profil și vizează în primul rând siguranța și sănătatea angajaților, a clienților și partenerilor noștri. Este nevoie să comunicăm eficient, să actualizăm și să întărim constant procedurile de lucru pentru a putea preveni o eventuală contaminare cu coronavirusul. Acestea sunt de o importanță capitală, a căror neglijență poate avea repercusiuni foarte grave, după cum am văzut deja în buletinele de știri. Vă îndemn așadar să rămânem vigilenți și să facem tot ce ține de noi pentru a rămâne în siguranță și sănătoși. Dacă lucrăm în echipă, cu responsabilitate ca și până acum, putem face chiar mai mult, putem să îi ajutăm și pe ceilalți! Succesul activității noastre și responsabilitatea de care dăm dovadă în fiecare zi, în tot ceea ce construim, ca angajați, dar și ca membri ai comunității, ne-au permis deja să putem întinde o mână de ajutor și celor care au mare nevoie de sprijin în această perioadă. Recent, pentru a sprijini combaterea COVID-19 am oferit spitalelor și instituțiilor medicale din județul Timiș echipamente și aparatură medicală de peste 400.000 de lei. Acest efort va continua, cu sprijinul vostru, al voluntarilor. Este esențial să rămânem uniți, conștienți de pericolele dar și de responsabilitățile acestei perioade. Am convingerea că împreună, vom putea învinge orice dificultate, vom asigura sănătatea familiilor noastre și continuitatea desfășurării activității companiei.

Copilăria este o poveste a nostalgiei. Am provocat echipa de management să ne dezvăluie câteva detalii din copilăria lor.

// FAMILIA ESTE TOTUL! //

Goran Panici

Director General

Smithfield România*

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?
„Doctor pentru câini” - am crescut la țară, înconjurat de animale, iar când venea medicul veterinar la noi în curte și realiza vreo intervenție chirurgicală, mi se părea că deține „cheia vieții”, precum magicienii din Harry Potter.

CÂND ERAȚI COPIL, PENTRU CE ERAȚI CERTAT CEL MAI DES?

Pentru notele de la mate! Nu mi-a plăcut niciodată pentru că nu am înțeles la ce e utilă analiza matematică, mai ales dacă vrei să devii un simplu medic veterinar.

DAR ACUM?

Tot din cauza matematicii. Acum mă ceartă fiică-mea pentru că nu știu să-i arăt la matematică.

CE MÂNCARE VĂ PLĂCEA CEL MAI MULT (SAU NU VĂ PLĂCEA) CÂND ERAȚI COPIL?

Fiind bănățean get-beget, îmi plăcea majoritatea mâncărilor gătite de bunicile mele. Pentru mine și fratele meu, spatlele cu rântaș și baigii cu mac nu erau niciodată îndeajuns.

CE LE GĂTIȚI DE OBICEI INVITAȚILOR DVS.?

Nu știu dacă preparatul cărnii la grătar se poate considera gătit, mai ales când ai carnea gata tăiată și preparată de la Comtim. Serios! Fără a încerca să fac „reclamă” produselor Comtim, în 90% din cazuri acestea sunt produsele „vedetă” servite musafirilor. În ceea ce privește gătitul, soția mea este cea care duce greul acasă.

CÂND MERGEȚI ÎN VIZITĂ LA PĂRINȚI SAU LA RUDE – CE PRODUS COMTIM/ ELIT LE DUCEȚI DE OBICEI?

De obicei, încerc să le duc produse variate încât să-i pot surprinde de fiecare dată. Totuși, de cele mai multe ori, de pe lista de cumpărături nu

lipsește coastele marinate, micii Comtim, T-bone și mușchiuleț învelit în bacon.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Duško Dugouško (pentru cei mai tineri, era numele conspirativ al lui Bugs Bunny în Iugoslavia).

CE SERIAL URMĂRIȚI ÎN PREZENT? AVEȚI RECOMANDĂRI PENTRU COLEGI?

În ultima perioadă, mi-a atras atenția serialul rusesc „Ekaterina”. Sunt fascinat de istorie, iar serialul relatează cu lux de amănunte istoria Rusiei și a Europei secolului XVIII. Recomand tuturor!

CARE ESTE CITATUL PE CARE ÎL FOLOSIȚI CEL MAI DES?

Familia nu este doar importantă. Familia înseamnă totul!

SPUNEȚI-NE UNA DIN “PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Din păcate, „Junk food” este plăcerea mea. Mai ales pufuleții, cola și ciocolata cu alune.

// HAMBURGER-UL „PORCUȘOR” LA GRĂTAR – UN SUCCES CULINAR! //

Dana Brindescu-Iovanov

Director General

Divizia Carne Proaspătă

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?
Cred că nu am un singur răspuns. Au fost câteva etape, am trecut printr-un proces de selecție de la a fi profesoară, ulterior croitoreasă și, în final, doctor. Sunt foarte uimită să văd, și la acest aspect, schimbarea între generații - fiul meu vrea să fie paleontolog.

CÂND ERAȚI COPIL, PENTRU CE ERAȚI CERTATĂ CEL MAI DES?

Bună întrebare! Eram certată pentru mofturile făcute la mâncare. Nu-mi plăcea să mănânc orice.

DAR ACUM?

Acum, mă cert singură uneori. E greu!

CE MÂNCARE VĂ PLĂCEA CEL MAI

MULT (SAU NU VĂ PLĂCEA) CÂND ERAȚI COPIL?

Mâncarea copilăriei mele este supă de pui, pe care o savurez cu toată pofta și în ziua de astăzi. Îmi place să o mănânc ori de câte ori sunt plecată din țară și mă întorc acasă - este primul lucru pe care-l aștept.

CE LE GĂTIȚI DE OBICEI INVITAȚILOR DVS.?

Îmi place foarte mult să gătesc! Evident, produsele noastre nu lipsesc niciodată din meniu. Ultimele preferințe includ mușchiulețul în bacon, când vreau să impresionez și hamburger-ul pentru o zi de destindere și distracție.

CÂND MERGEȚI ÎN VIZITĂ LA PĂRINȚI SAU LA RUDE – CE PRODUS



COMTIM/ELIT LE DUCEȚI DE OBICEI?

Scăricica „Bun de Gătit” și Micii Comtim îi duc mereu când facem grătare în familie. Recent, am încercat și hamburgerii la grătar – au fost un adevărat succes culinar. Pot spune că am descoperit o plăcere nevinovată,

pe care v-o arăt și vouă pentru a vă face poftă!

Datorită colegilor de la Elit, care ne răsfață cu bunătăți, drobul pentru Paște chiar m-a salvat!

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ

PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Orice desen Disney.

CE SERIAL URMĂRIȚI ÎN PREZENT? AVEȚI RECOMANDĂRI PENTRU COLEGI?

Acum urmăresc Grace și Frankie. L-am început pentru că sunt fascinată de longevitatea în showbiz a lui Jane Fonda. E un serial simpatic, care îți oferă destindere după o zi grea, dar care îți oferă și câteva lecții de viață – despre chimia personalităților, necesitatea de a avea un echilibru în viață și importanța prietenilor.

CARE ESTE “VORBA DE DUH” PE CARE O FOLOSIȚI CEL MAI DES?

Eu zic că nu am ajuns încă la vârsta la care să folosesc vorbe de duh... Cred că mai am până acolo.

SPUNEȚI-NE UNA DIN “PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Hamburger-ul „Porcușor” din imagine.

// TRĂIEȘTE FIECARE ZI LA MAXIM! //

Voicu Vușcan

Administrator



CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Îmi doream să devin pilot. Și acum îi admir pe cei care lucrează în acest domeniu.

CÂND ERAȚI COPIL, PENTRU CE ERAȚI CERTAT CEL MAI DES?

Eram certat pentru că mă trezeam primul și eram foarte gălăgios.

DAR ACUM?

Acum nu mai sunt certat.

CE MÂNCARE VĂ PLĂCEA CEL MAI MULT (SAU NU VĂ PLĂCEA) CÂND ERAȚI COPIL?

Tocănița de pipote gătită ca la mama acasă îmi plăcea cel mai mult. În schimb, fasolea nu mi-a plăcut și nu cred că-mi va plăcea vreodată.

CE LE GĂTIȚI DE OBICEI INVITAȚILOR DVS.?

Cel mai des le gătesc paste, pentru că se pregătesc rapid și sunt apetisante. Am în plan să gătesc câteva rețete din cartea de bucate “De sezon”, care va fi publicată în curând și care cuprinde rețete culinare dezvoltate special pe baza produselor Elit.

CÂND MERGEȚI ÎN VIZITĂ LA PĂRINȚI SAU LA RUDE – CE PRODUS COMTIM/ELIT LE DUCEȚI DE OBICEI?

Pieptul de porc feliat rămâne unul dintre produsele preferate, alături de Grătărel, cârnații care au fost desemnați recent “Produsul Anului”. Orice produs Elit sau Comtim este o bună alegere și va fi cu siguranță mereu apreciat.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Sandy Bell era desenul meu preferat.

CE SERIAL URMĂRIȚI ÎN PREZENT? AVEȚI RECOMANDĂRI PENTRU COLEGI?

La Casa de Papel este un serial pe care l-am urmărit recent și-l recomand! Acțiunea, dialogul te țin în suspans la fiecare episod și personajele sunt foarte bine conturate.

CARE ESTE CITATUL PE CARE ÎL FOLOSIȚI CEL MAI DES?

Trăiește fiecare zi ca fiind ultima! Pentru că, într-o zi, chiar așa va fi...

SPUNEȚI-NE UNA DIN “PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Vă pot spune doar atât: jocurile de societate.

// ÎMI DOREAM SĂ DEVIN DOCTOR DE ANIMALE! //

Silviu Murariu

Director General



CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Cel mai mult îmi doream să devin doctor de animale.

CÂND ERAȚI COPIL, PENTRU CE ERAȚI CERTAT CEL MAI DES?

Din ce îmi aduc aminte, eram certat chiar foarte des din cauză că obișnuiam să plec „haihui” de acasă - iar asta îi îngrijora pe părinți.

DAR ACUM?

Acum, se pare că nu s-a schimbat foarte mult situația - sunt certat tot din acest motiv!

CE MÂNCARE VĂ PLĂCEA CEL MAI

MULT (SAU NU VĂ PLĂCEA) CÂND ERAȚI COPIL?

În topul preferințelor mele stau papanășii făcuți cu brânză de vaci, fierți! Mi se face poftă de ei doar când mă gândesc la asta. În schimb, nu mi-a plăcut salata de icre. Însă, după ce am mâncat-o prima oară, mi-am schimbat părerea.

CE LE GĂTIȚI DE OBICEI INVITAȚILOR DVS.?

Nu pot spune că am ceva prestabilit... Încă nu am vreo rețetă pe care m-am specializat și o fac cu predilecție. Depinde de ocazie, dar dacă vreau să gătesc, gătesc orice!

CÂND MERGEȚI ÎN VIZITĂ LA PĂRINȚI SAU LA RUDE - CE PRODUS COMTIM/ ELIT LE DUCEȚI DE

OBICEI?

Nu obișnuiesc să duc produse rudelor. Însă, cunoscând felul în care se cresc porcii la Smithfield România, recomand produsele noastre - ori de câte ori am ocazia.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

„Clasicul” Tom și Jerry.

CE SERIAL URMĂRIȚI ÎN PREZENT? AVEȚI RECOMANDĂRI PENTRU COLEGI?

Nu urmăresc și nu cred că am urmărit vreodată vreun serial ...

CARE ESTE CITATUL PE CARE ÎL FOLOȘIȚI CEL MAI DES?

„Nu-mi fac niciodată griji pentru acțiune, ci doar pentru inacțiune” - “I never worry about action, but only about inaction”.

SPUNEȚI-NE UNA DIN “PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Asta ar mai lipsi...



ELIT - TOP 100 CELE MAI MARI COMPANII DIN INDUSTRIA ALIMENTARĂ ȘI A BĂUTURILOR ÎN 2018

Elit este prezent în topul jucătorilor din industria alimentară și a băuturilor, după cifra de afaceri din 2018, conform unei statistici furnizate de Ziarul Financiar.

TOPUL CELOR MAI MARI 100 DE PRODUCĂTORI DIN INDUSTRIA ALIMENTARĂ

Care sunt cele mai mari companii din industria alimentară și a băuturilor în 2018, după cifra de afaceri din acel an (firmele cu cod CAEN 10 și 11)

RANK	COMPANIA	SECTOR	CIFRA DE AFACERI ÎN 2018 (MLD. LEI)	CIFRA DE AFACERI ÎN 2017 (MLD. LEI)	PROFIT NET ÎN 2018 (MLD. LEI)	PROFIT NET ÎN 2017 (MLD. LEI)	NUMĂRUL MĂDURILOR DE ANGAJAȚI ÎN 2018	NUMĂRUL MĂDURILOR DE ANGAJAȚI ÎN 2017	DOMENIU DE ACTIVITATE
28	ELIT SRL	ALBA	415,4	381,7	28,7	18,7	1.488	1.448	PRODUCȚIA ȘI CONSERVAREA CĂRNI
29	DIANA SRL	VĂLCEA	400,2	351,8	17,8	14,5	858	846	FABRICAREA PRODUSELOR DIN CĂRNE (INCLUSIV DIN CĂRNE DE PASĂRE)
30	HIGHLAND BOMÂNIA SRL	MUREȘ	388,7	337,8	18,0	20,1	1.000	988	FABRICAREA PRODUSELOR LACTATE ȘI A BRÂNZETURILOR

TOPUL CELOR MAI MARI COMPANII DIN AGRICULTURĂ 2018

LOCUL 1 ÎN TOPUL CELOR MAI MARI COMPANII

Smithfield România®

Smithfield România se află pe locul 1 în Topul celor mai mari companii din agricultură, în anul 2018, conform Anuarului publicat de Ziarul Financiar în 25 februarie 2020.

PARTICIPARE LA BERLINKIADA, EDIȚIA 2020

Aflată la cea de-a 4-a ediție, conferința de vânzări Berlinkiada, organizată de către colegii Animex Polonia a avut loc la sfârșitul lunii februarie 2020. Din partea echipei Smithfield România au fost prezenți Voicu Vușcan (Administrator Elit), Cristina Bodea (Director Sustenabilitate), Bogdan Curticiu (Sales Manager), Cezar Ludoșean (Sales Manager - Modern Retail).



Voicu Vușcan, Cristina Bodea, Bogdan Curticiu, Cezar Ludoșean

SMITHFIELD ROMÂNIA, ACȚIUNI DE PREVENIRE COVID-19

În urma declarării pandemiei de COVID-19, la nivelul companiei au fost adoptate o serie de măsuri concepute pentru a asigura siguranța și sănătatea angajaților Smithfield România. Pornind de la implementarea mai multor proceduri interne și continuând cu o campanie de comunicare internă pe acest subiect, am întreprins toate acțiunile necesare pentru a reuși să furnizăm clienților noștri, chiar și în aceste condiții de restricție „Hrană bună. În mod responsabil.”

Printre măsurile la nivel de companie menționăm:

- Instruirea tuturor angajaților cu privire la prevederile noilor proceduri implementate;
- Obligația tuturor contractorilor/ vizitatorilor de a completa înainte de a intra în incintă o declarație pe proprie răspundere pe tema COVID-19;
- Restricționarea deplasărilor în interes de serviciu, atât în țară cât și în străinătate;
- Intensificarea operațiunilor de igienizare, atât în cadrul companiei,

cât și măsuri luate de către contractorii/ furnizorii noștri de servicii (de ex. mijloace de transport angajați);

- Difuzarea de materiale video de instruire și prevenție împotriva COVID-19, flyere și alte materiale informative, distribuite săptămânal pe subiectul COVID-19;
- Achiziționarea și amplasarea mai multor lămpi de dezinfecție cu filtru UV pentru spațiile comune;
- Distribuirea unor seturi de uz individual, pentru fiecare angajat, care conțin consumabile (geluri de mâini și șervețele dezinfectante, măști, mănuși etc. pentru fiecare angajat).

„Împreună vom reuși să trecem peste aceste încercări, asigurând sănătatea familiilor noastre și continuitatea activității economice a companiei noastre. Smithfield România își asumă în continuare responsabilitatea de a menține operațiunile în parametrii optimi și într-un mediu de lucru sigur,” transmite Goran Panici, Director General Smithfield România.



CAMPANIE DE INFORMARE PE SUBIECTUL PESTA PORCINĂ AFRICANĂ (PPA)

De la apariția primelor focare PPA din România în 2017, întreaga echipă Smithfield România a depus eforturi pentru a proteja unitățile noastre de producție, prin întărirea procedurilor de biosecuritate, comunicare continuă și conștientizare asupra riscurilor aferente.

Campania de comunicare a primit o nouă formă în 2020! Informările săptămânale trimise tuturor colegilor sunt prezentate acum într-un mod mai atractiv, realizate prin intermediul platformei Sway, care ajută la o vizualizare mai ușoară a informației.

Sprijinul fiecăruia dintre voi în respectarea cu strictețe a standardelor de biosecuritate în toate punctele de lucru Smithfield România a asigurat până în prezent protecția fermelor în fața contaminării.

Împreună, respectând cu strictețe toate regulile de biosecuritate, vom preveni în continuare apariția virusului PPA în toate punctele noastre de lucru!

Sfatul săptămânii

Pentru a evita pătrunderea bolii în punctele noastre de lucru, este important ca fiecare angajat să respecte cu strictețe toate regulile de biosecuritate!



Smithfield România

STOP PESTEII PORCINE AFRICANE!

2/2020



**SMITHFIELD ROMÂNIA SUSȚINE
CAMPANIA „SĂ ÎNȚELEM MAI
BINE ALIMENTELE”**



Responsabilitatea reprezintă una din valorile de bază ale Smithfield România,

și astfel ne dorim să sprijinim acțiunile ce au ca misiune responsabilizarea consumatorilor, în special atunci când vine vorba de alimentație și de abordarea unui stil de viață sănătos. Ca urmare, Smithfield România sprijină pentru al 2-lea an consecutiv campania de informare și conștientizare a beneficiilor consumului inteligent și echilibrat de alimente - „Să înțelegem mai bine alimentele” - inițiată de

Ro.aliment anul acesta.

Scopul campaniei este acela de a educa și informa consumatorii despre cum pot înțelege etichetele alimentelor, ce presupune o dietă alimentară echilibrată sau cum să alegem corect produsele la raft, evidențiind totodată piața de procesatori corecți care furnizează produse calitative și sănătoase.

Mai multe detalii pe <https://www.roaliment.ro/>

NOU

**PREZENTAREA PROCESELOR
DE PRODUCȚIE SMITHFIELD
ROMÂNIA ÎNTR-UN FORMAT UȘOR
DE ÎNȚELES**

Anul 2020 a adus cu el un nou proiect de transpunere într-un format grafic atractiv, ușor de înțeles și de prezentat, a proceselor de producție Smithfield România.



**PARTICIPARE LA TÂRG DE JOBURI
ONLINE**



Cristina Florea
Senior HR Generalist
Smithfield România

**CARE A FOST PRIMA REACȚIE
ATUNCI CÂND AI AFLAT CĂ
TÂRGURILE DE JOBURI VOR FI
ORGANIZATE ONLINE?**

Am devenit brusc, foarte curioasă! Starea de urgență la nivel național a fost anunțată cu puțin timp înainte de începerea târgului, iar pe noi ne-a prins în toiul pregătirilor. Această ediție aducea surprize candidaților, iar noi eram foarte nerăbdători să vedem impactul acestora. Inițial, organizatorii au anunțat anularea târgului, dar ulterior ne-au informat că totul se va muta în mediul online. Știam că orice schimbare vine cu oportunități și provocări, însă de data aceasta, contextul părea prielnic oportunităților. Abia așteptam să văd ce ni se pregătește nouă și potențialilor candidați.

**ÎN CE AU CONSTAT PREGĂTIRILE
PENTRU ACEASTĂ NOUĂ
ABORDARE?**

Organizatorii ne-au surprins cu o propunere generoasă de promovare ce a presupus pregătirea unui număr mare de materiale. Toate materialele de comunicare au rezultat în urma unei mobilizări eficiente între echipa de recrutare, departamentul PR și organizatori. De la invitațiile online, prezentări, afișe și anunțuri media, până la standul virtual de angajator, totul a fost pregătit în cel mai scurt timp.

**CUM S-A PREZENTAT ÎN ACEST AN
SMITHFIELD ROMÂNIA ÎN FAȚA
POSSIBILILOR CANDIDAȚI?**

Am folosit în primul rând un chat live, prin intermediul căruia puteam interacționa cu cei care doreau să stea de vorbă cu un recruiter Smithfield România. Din anumite puncte de vedere, lucrurile au mers mai ușor. Fiind prezenți în sediu, am putut gestiona în timp real toate etapele din procesul de recrutare și am avut o serie de candidați care, în acest context, au fost validați mai repede pentru angajare.

**CUM AU REACȚIONAT CANDIDAȚII?
AȚI PRIMIT MAI MULTE CV-URI
COMPARATIV CU UN TÂRG
TRADIȚIONAL?**

Comparativ cu un târg tradițional, candidații au fost destul de reținuți în discuții. Pe chat, ni se adresau doar două/ trei întrebări. Am observat faptul că oamenii sunt mai deschiși să vorbească atunci când văd în față o persoană zămbitoare, care transmite informații nu doar cu ajutorul cuvintelor. Pentru o primă ediție desfășurată în această formă, considerăm însă că rezultatele au fost bune.

CARE CREZI CĂ AU FOST AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE ACESTEI NOI ABORDĂRI?

Avantajele au venit prin prisma faptului că am avut o expunere mai mare în mediul online. Dezavantajele acestei abordări au derivat din intervalul scurt în care a fost organizat evenimentul. Este o abordare a viitorului, care a debutat însă într-un context nefericit, care ne arată încă o dată faptul că digitalizarea este o resursă obligatorie, ce poate trece în orice moment din back-up în prim plan.

NOI PROIECTE PENTRU SECURITATEA ȘI SĂNĂTATEA ANGAJAȚILOR LA LOCUL DE MUNCĂ

Proiecte de îmbunătățire continuă, propuse de colegii din departamentul H&S.

Smithfield Foods oferă anual recunoașterea binemeritată pentru acei colegi sau puncte de lucru care se remarcă prin atingerea unui înalt grad de conformare în ceea ce privește siguranța angajaților. Compania oferă apreciere publică proiectelor care au ca scop reducerea numărului de răniri, accidente de muncă sau îmbolnăviri, dar premiază inovația și performanța în domeniul SSM, în general. Premiile anuale Smithfield Foods pentru menținerea siguranței angajaților (Smithfield Safety Awards Smithfield Foods) sunt oferite în cadrul următoarelor categorii de concurs:

Premiul pentru inovare (Innovation Award)

Oferă recunoaștere colegului sau echipei care, prin concepte inovative, au avut un impact pozitiv în îmbunătățirea siguranței angajaților prin reducerea posibilelor riscuri la locul de muncă și aducerea în sistem a unor îmbunătățiri măsurabile.

Profesionistul anului (SPY AWARD)

Oferă recunoaștere unui singur coleg, profesionist în domeniul SSM, care a demonstrat o remarcabilă implicare în rolul său și o mentalitate-model, care aduce impact pozitiv atât în interiorul companiei, cât și în comunitate.

Premiul special al președintelui (President's Circle Award)

Oferă recunoaștere acelor puncte de lucru care ating și/sau depășesc obiectivele și așteptările stabilite anual de către Smithfield în ceea ce privește siguranța angajaților, verificate prin indicatori de performanță.

Premiul de prestigiu al președintelui (Prestigious President's Award)

Premiul anual al președintelui Smithfield Foods este cea mai

înaltă distincție oferită pentru performanțe SSM remarcabile. Este oferit anual unui singur punct de lucru pentru atingerea cu succes a obiectivele SSM stabilite.

Felicitări tuturor nominalizaților și câștigătorilor!

Proiectele Smithfield România – Divizia Carne Proaspătă înscrise în acest an în cadrul competiției Smithfield Foods sunt dovada eforturilor permanente și a implicării cu consecvență în depășirea standardelor de lucru în ceea ce privește siguranța angajaților.

1. Instalarea unui **sistem de prevenire a căderii de la înălțime**, proiectat pentru zona de acces în partea superioară a bazinelor de apă de la Stația de Epurare. Implementarea proiectului de prevenire a riscului de cădere de la înălțime asigură desfășurarea operațiunilor zilnice în deplină siguranță. Promotor **Ilie Bogdan**, H&S Specialist

2. Instalarea unui **sistem de prevenire a riscului de cădere** prin montarea unor puncte de ancorare în partea superioară a bazinelor care conțin substanțe chimice. Implementarea proiectului asigură reducerea riscului de cădere și desfășurarea operațiunilor zilnice în deplină siguranță. Promotor **Ilie Bogdan**, H&S Specialist

3. Instalarea unor **balustrade pentru un plus de siguranță** în zona treptelor de acces producție, procesare și ambalare, pentru a oferi un plus de siguranță și reducerea riscului de alunecare și cădere pe scări în special în momentele schimburilor de tură. Promotor **Ilie Bogdan**, H&S Specialist

4. Desfășurarea unui **exercițiu de intervenție de urgență** pentru o posibilă scurgere de amoniac, în colaborare cu ISU Timiș. Proiectul are ca scop creșterea gradului de reacție și a capacității de răspuns și raportare a angajaților în eventualitatea unei situații de urgență. Promotor **Mihaela Rad**, Compliance Manager

5. **Proiect „Ergonomie crescută”** - din preocupare pentru păstrarea unei posturi corecte a corpului conforme cu standardele de sănătate, colegii din departamentul producție utilizează acum în munca zilnică echipamente care permit realizarea operațiunilor de la înălțimea propriului corp, fără aplecare, prin mișcări eficiente. În plus, reducerea oboselii a dus, firesc, și la creșterea gradului de satisfacție a angajaților în timpul activităților zilnice. Promotor **Mihaela Rad**, Compliance Manager



Divizia Carne Proaspătă - Smithfield România a obținut unul dintre premiile oferite în cadrul categoriei „Premii speciale ale președintelui” (President's Circle Award), urmare a Auditului de Conformare SSM derulat la finalul anului 2019.

Smithfield®

Good food. Responsibly.®

17 PROIECTE ÎNSCRISE DE ECHIPA SMITHFIELD ROMÂNIA ÎN CADRUL COMPETIȚIEI ROI AWARDS 2020 SMITHFIELD FOODS

Concursul de premii de excelență Smithfield Foods este organizat anual, pentru toate companiile din Grup și are drept scop evidențierea angajaților care se afirmă prin idei inovative și proiecte de succes în aria lor de activitate. Pentru ediția 2020, echipa Smithfield România a nominalizat un număr record de proiecte, ceea ce atestă munca susținută și implicarea colegilor noștri în identificarea de soluții viabile în susținerea celor trei valori de bază după care ne ghidăm - Responsabilitate, Excelență Operațională și Inovare.

Programul ROI Awards Smithfield Foods oferă astfel oportunități de recunoaștere a meritelor deosebite ale angajaților nominalizați:

- premii de peste 160.000 USD
- 60 de finaliști
- 18 câștigători
- PREMII speciale (6 câștigători ai premiilor speciale).

Premiul pentru responsabilitate

Oferă recunoaștere pentru cei care aleg să se implice și în alte proiecte și activități decât cele prevăzute în fișa postului. Acest premiu oferă recunoașterea binemeritată pentru cei care încep ziua de lucru devreme, rămân în activitate oricât este necesar și finalizează cu bine proiectele! Câștigătorii din această secțiune sunt acei angajați care nu se îndepărtează de probleme atunci când acestea apar, ci aleg să caute variante de a le soluționa.

Premiul pentru excelență operațională

Oferă recunoaștere pentru acei angajați care caută, neîncetat, noi posibilități de a îmbunătăți modul de acțiune al companiei. Astfel, avem oportunitatea de a regândi perspectivele prin care deservim clienții, îmbunătățim calitatea, simplificăm procesele, optimizăm și îmbunătățim randamentul. Toate acestea pentru a menține costurile la un nivel cât mai scăzut în cadrul sistemului nostru.

Premiul pentru inovație

Oferă recunoaștere pentru cei care vin cu idei - mai mari sau mai mici - care să contribuie la procesul prin care compania devine mai bună. Fiecare angajat, din orice poziție s-ar afla în cadrul companiei, poate aduce propuneri astfel încât să lucrăm mai inteligent, să deservim clienții mai bine și să construim o companie mai inovativă.



Proiectele Smithfield România înscrișe în ediția 2020 a ROI AWARDS

PROIECT FNC VINGA - BIOSECURITATE: SEPARAREA FLUXURILOR DE PRODUCȚIE PENTRU EVITAREA EVENTUALELOR CONTAMINĂRI CU PPA

Categoria: Excelență operațională

**Promotori: Codruț Popa, Orlando Oprea, Daniel Păduraru,
Dorin Vișan, Viorel Mara, Radu Ionel**

Încă din toamna anului 2017, când prezența virusului PPA a fost confirmată în zona în care compania noastră desfășoară operațiuni de achiziție cereale, Departamentul de Producție Furaj a dorit să se implice în luarea unor decizii menite să aducă protocolului de bio-securitate deja existent noi măsuri pentru a ridica gradul de protecție. Aceste măsuri vor avea rolul de a preveni eventuale contaminări ale lanțului de producție, având în vedere noul status epidemiologic al zonei de Vest. La momentul respectiv procedura de recepție a cerealelor avea deja implementată o măsură de păstrare a siguranței alimentare, care prevedea o perioadă de carantină de 30 de zile de "odihnă" a cerealelor. O nouă regulă pentru întărirea bio-securității a fost implementată: separarea recepției cerealelor de restul componentelor achiziționate, care intră în producție imediat după recepție (făină de soia, calciu, etc). Așadar, decizia echipei a fost amenajarea unei zone suplimentare de recepție, care să deservească exclusiv

recepției cerealelor. Costul proiectului s-a ridicat la 62.000 USD și a fost implementat și pus în funcțiune în termen-record de 60 de zile de la demararea analizei de risc.

Proiectul oferă siguranță suplimentară în fața amenințării PPA asupra lanțului de producție și a operațiunilor Smithfield România în ansamblul lor. Acest proiect are un grad foarte mare de transferabilitate și poate fi replicat cu succes la nivel internațional, în oricare din punctele de lucru Smithfield. În România, echipa de management lucrează la implementarea aceluiași tip de proiect în cadrul FNC Pădureni, județul Timiș.



PROIECT FNC PĂDURENI -SSM: SISTEM DE DESCĂRCARE ÎN SIGURANȚĂ A VAGOANELOR VENITE PE CALEA FERATĂ

Categoria: Responsabilitate

Promotori: Valentin Ivan, Ioan Nechita

Siguranța și protecția angajaților -100% din timp - rămâne prioritatea Smithfield România! În cadrul fabricii de nutrețuri combinate din Pădureni sunt descărcate anual cantități impresionante de ingrediente necesare producției de furaj. Procesul de descărcare este unul complex și presupune ulterior o etapă suplimentară: golirea manuală a vagoanelor descărcate, printr-o serie de operațiuni desfășurate de colegii din FNC. Deschiderea manuală a suprafeței aflate în partea superioară a vagoanelor, desprinderea produselor rămase pe pereții acestora și intrarea muncitorilor în interiorul vagoanelor - pentru a goli complet spațiul folosind un dispozitiv cu aer comprimat, sunt operațiuni manuale care necesită multă atenție.

Fluxul tehnologic și toate secvențele operaționale presupun o grijă deosebită pentru siguranța echipei care lucrează în această zonă. Astfel, au fost implementate două proiecte distincte:

1. Sistemul "linia vieții" reprezintă instalarea unui sistem de asigurare a echipei printr-un echipament de protecție purtat permanent.
2. Instalarea unui pod transversal, pe întreaga lungime superioară a rampei de descărcare a vagoanelor.

Succesul proiectului a fost confirmat și de feedback-ul pozitiv primit din partea angajaților care desfășoară zilnic această operațiune.

PROIECT FNC VINGA & PĂDURENI-DEZVOLTAREA PERSONALULUI: ACADEMIA DE FURAJ

Categoria: Excelență operațională

Promotor: Ionel Radu

Echipele de management a fabricilor de nutrețuri a demarat, în luna decembrie 2018, o serie de workshop-uri destinate angajaților din FNC Vinga și FNC Pădureni. Tematica de interes a vizat subiecte tehnice, dar și aspecte ce țin de dezvoltarea personală a participanților. Prin elaborarea unui suport de curs adecvat activității lor, au fost atinse obiective de învățare pe teme specifice: tehnologia producției de furaj, aspecte calitative ale materialelor în formă brută, dar și a produsului finit, aspecte legate de igienă, analiza probelor și efectuarea testărilor specifice în cadrul laboratorului. Pentru a oferi tuturor angajaților această experiență utilă și un flux complet al informației, în cadrul sesiunilor a participat întreaga echipă a angajaților din departamentele de producție furaj.

Seminariile au fost organizate într-o manieră interactivă, unde experiența deosebită de învățare a fost întregită și de prezența unor speakeri motivaționali.

Discuțiile libere, împărtășirea experiențelor din cadrul activității zilnice, atmosfera propice dezvoltării unui caleidoscop de idei noi, constructive, au făcut din această experiență una pe care cu toții doresc să o repete. Planurile de viitor

cuprind organizarea de seminarii periodice, de cel puțin de două ori pe an.



NOI PLATFORME DE LUCRU PENTRU ANGAJAȚII DIN DEPARTAMENTUL DE MENTENANȚĂ FNC

Categoria: Excelență operațională

Promotori proiect: Radu Ionel, Cristian Țimurlea, Doru Iov

Asigurarea mentenanței uzuale în cadrul turnului operațional al FNC implică măsuri specifice de minimizare a unor posibile riscuri în timpul intervențiilor. Echipa FNC a analizat constant situația existentă și a elaborat planuri pentru optimizarea intervenției la înălțime. Noul proiect implementat a fost demarat din preocupare pentru menținerea siguranței angajaților antrenați în operațiuni, cât și ca economie a timpului de lucru investit în acest proces. S-a luat astfel decizia proiectării și instalării unei noi soluții tehnice: construcția unor platforme care va asigura intervenții sigure pentru angajați, rapide și eficiente prin asigurarea calității corecte a ingredientelor folosite în hrana animalelor, printr-o mentenanță corectă a utilajelor din fabrică.



INSTALAREA UNUI SISTEM DE OSMOZĂ INVERSĂ - PRODUȚIA DE FURAJ

Categoria: Excelență operațională

Promotor: Ionel Radu

Instalarea unui sistem de osmoză inversă ca parte din procesul de tratare a apei din cadrul FNC a fost un proiect provocator care, la finalul implementării, a avut ca rezultat reducerea pierderilor energetice datorită reducerii gradului de purjare a apei de cazan. Instalarea sistemului a avut ca scop reducerea costurilor de producție prin optimizarea funcționării utilajelor fluxului de producție.

REPROIECTAREA DEPARTAMENTULUI DE VÂNZĂRI SAU "CUM SĂ TRANSFORMI UN DEZASTRU ÎN OPORTUNITATE"

Categoria: Responsabilitate

Promotori: Florin Raba, Ionut Crețu, Cezar Ludoșean, Liviu Florea, Alin Danciu

Conceptul Smithfield Foods "Drumul către 1 miliard" este obiectivul de bază pentru echipa de vânzări Smithfield România, alături de angajamentul continuu de a pune în piață carne de porc realizată în mod responsabil. La începutul anului 2019, planurile și proiecțiile de viitor optimiste, asumate de către echipa de vânzări, au trebuit să fie reconfigurate, din cauza extinderii focarelor de pestă porcină africană în proximitatea zonelor în care compania își desfășoară activitatea. Exporturile de produse din carne de porc ale companiei au fost sistate în doar o singură zi. Echipa de vânzări a fost reorganizată imediat în așa manieră încât să poată în continuare comercializa integral producția fermelor proprii. Răspunsul echipei de export a fost admirabil, necesitând nu doar adaptarea la noi responsabilități care vizează piața internă, cu toate caracteristicile sale, dar și o schimbare de perspectivă și mentalitate. Cu hotărârea specifică angajaților bine pregătiți, implicați și pro-activi, toți membrii echipei de vânzări au intrat cu dreptul în noua structură!

Piața internă a fost abordată astfel cu noi realizări notabile: la finalul anului 2019, echipa de vânzări se poate mândri cu 133 de noi clienți aflați în zona vânzărilor tradiționale, dar și cu întregirea portofoliului de retail. Schimbarea a produs efecte peste așteptări, înregistrându-se și o creștere pe segmentele produselor semi-procesate: marinate, carne măcinată, carne feliată. Rețetele de succes sunt diferite, însă variabilele care fac lucrurile să se miște în direcția potrivită sunt universale valabile: eforturile susținute, dorința echipei de a se reinventa, indiferent de dinamica piețelor, pasiunea pentru detalii și perseverență.

PROIECT "ADOPTĂ O ȘCOALĂ"

Categoria: Responsabilitate

Promotori: Cristina Bodea, Bogdan Ban, Lorena Balica

Programul „Adoptă o școală” este o inițiativă Smithfield România care s-a născut ca răspuns firesc la nevoile identificate în timpul vizitelor în comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Programul vizează îmbunătățirea procesului educațional și a condițiilor de studiu în școlile din județele Timiș și Arad și a fost inițiat în anul 2017. Proiectele eligibile în cadrul acestui program au beneficiat de sprijin financiar din partea companiei Smithfield România pentru implementarea unor proiecte specifice de investiții care au inclus activități de reabilitare și renovare a infrastructurii școlare, achiziții și dotare cu noi echipamente didactice IT&C sau amenajarea de spații de joacă și sport în cadrul școlilor selectate în program. De acest proiect au beneficiat, până acum, în cele trei ediții implementate la nivelul județelor Timiș și Arad, aproximativ 13.000 de elevi din cele 34 de unități de învățământ primar și gimnazial.

Smithfield România



**PROGRAMUL
"ADOPTĂ O ȘCOALĂ"!**

Aproape 300 de profesori au fost implicați direct în implementarea acestuia. În total, sumele alocate de Smithfield România pentru implementarea programului „Adoptă o școală” se apropie de 1.4 milioane lei. Proiectele eligibile oferă elevilor din unitățile de învățământ incluse în program noi resurse pentru activități educaționale și extracurriculare, prin acces în săli multimedia dotate cu tehnologie modernă de predare-învățare, dar și cabinete informatice dotate cu calculatoare de ultimă generație, acces internet de mare viteză și table inteligente de tip smart-board. Echipamentele video și de transmitere online de care vor dispune oferă posibilitatea desfășurării lecțiilor la distanță, la nevoie, fără a afecta procesul de învățământ. De asemenea, sprijinul companiei se îndreaptă și către înființarea unor centre de documentare și informare multimedia, dar și biblioteci clasice, dotate cu atlase și enciclopedii. Cadrele didactice din unitățile de învățământ incluse în program vor avea posibilitatea tratării interdisciplinare a conținutului programelor școlare și introducerea noilor tehnologii în practicile pedagogice curente. În plus, compania a oferit susținere pentru investițiile necesare în construirea unui spațiu de recreere în aer liber în cadrul uneia dintre grădinițele incluse în program. De asemenea, proiectul a inclus și suport pentru încurajarea unui stil de viață sănătos prin sport, prin amenajarea unor spații destinate activităților sportive organizate: volei, baschet, tenis de câmp, tenis de masă.



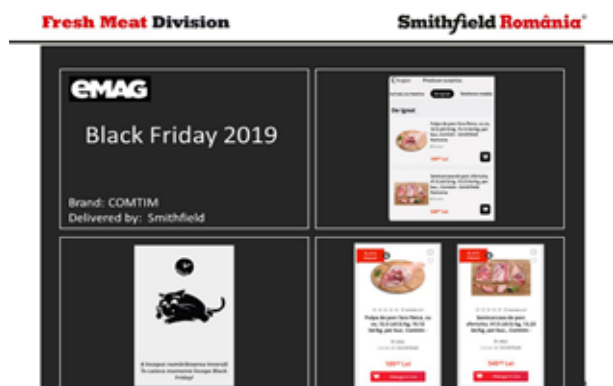
CAMPANIE DE PROMOVARE ÎN CADRUL EVENIMENTULUI DE MARKETING "BLACK FRIDAY"

Categoria: Inovație

Promotori: Florin Raba, Laura Patian

Departamentul de vânzări al Smithfield România a continuat în 2019 seria inițiativelor de tip gândire inovativă pentru creșterea notorietății brandului și o abordare de tip „out-of-the-box”. Perioada de vânzări accelerate care oferă clienților produse cu prețuri avantajoase, organizată anual la mijlocul lunii noiembrie, a constituit o primă încercare a Smithfield România de a face cunoscut brandul Comtim milioanei de posibili clienți, din întreaga țară. Campania de vânzări și creșterea capitalului de imagine a avut loc pe platforma online a magazinului Emag. Prezența produselor Comtim pe această piață online a constituit o premieră care a oferit clienților posibilitatea de a achiziționa piese din carne de porc proaspătă (carcasă și jambon), în cadrul celui mai așteptat eveniment de vânzări al anului. Inovația și adaptarea la comportamentul dinamic al consumatorului, mereu în schimbare, reprezintă pe termen lung cheia menținerii pe piață la un nivel de excelență. După această campanie, produsele Comtim au primit titlul de produs-surpriză al campaniilor online 2019 și recenzii de 5 stele din partea consumatorului final!

Suntem mândri, totodată, de obținerea recunoașterii din partea partenerilor și clienților pentru abordarea operațională și livrarea operativă a produselor din carne de porc, 100% românești.



COVORAȘE DE ÎNCĂLZIRE/ IZOLARE, PRODUSE INTERNE DIN COMPONENTE RECUPERATE DIN HRĂNITOARE

Categoria: Inovație

Promotori: Bogdan Hidișan, Mircea Bîtcă

Proiectul inițiat de colegii noștri a presupus identificarea unor soluții eficiente pentru a asigura confortul termic al animalelor, implementate cu minim de resurse. S-a dorit, de asemenea, ca procedura de eliminare a unor componente de hrănitore din PVC care necesită înlocuire în mod uzual în cadrul fermelor să fie realizată în mod responsabil, prin reutilizare și reciclare. Un al doilea obiectiv al implementării acestui proiect a fost ușurarea muncii colegilor responsabili cu igienizarea halelor: aceste covorașe de izolare fiind rigide

și având greutatea mai mică sunt mult mai ușor de manipulat decât cele din cauciuc, igienizarea realizându-se mai facil. Implementarea acestui nou proiect a presupus considerabile economii în ceea ce privește prețul de achiziție al materialelor izolante pentru confortul termic al animalelor, dar și un semnal “verde” către angajații din toate fermele: Reutilizarea unor materiale devenite deșeuri este un real ajutor atât pentru echipă, cât și pentru protejarea naturii!

SISTEM ANTI-ÎNGHEȚ PENTRU ARCUL RUTIER DE DEZINFECȚIE, FERMA PARȚA

Categoria: Inovație

Promotor: Bogdan Hidișan

O dată cu confirmarea apariției focarelor de pestă porcină africană în zona de vest a țării s-au luat măsuri suplimentare de a preveni pătrunderea virusului în fermele noastre. Cele mai eficiente soluții de protecție a efectivelor de animale au fost puse în practică, inclusiv în zona de acces în ferme, unde vehiculele pot pătrunde în interior numai după efectuarea unei dezinfectii temeinice. Pe timpul iernii, această procedură se efectua manual, însă pe timpul epidemiei PPA, a fost necesar a se activa soluția tehnică automată. Instalarea acestor arcuri asigură astfel creșterea eficienței pentru dezinfecția vehiculelor și reducerea numărului de angajați implicați în proces. Proiectul -pilot a început în două dintre fermele de creștere animale și continuă să fie implementat în alte noi locații. Proiectul de construcție a presupus realizarea unei protecții la arcul de dezinfecție existent, pentru a asigura funcționarea și la temperaturi negative.

CAMERE TERMICE PENTRU DEZINFECTARE

Categoria: Inovație

Promotor: Ciprian Lixandru

Proiectul inițiat de departamentul mentenanță și bio-securitate al Smithfield România -Divizia Ferme este o nouă inițiativă care are la bază preocuparea pentru întărirea regulilor de bio-securitate și protecția suplimentară a fermelor în fața amenințării peștei porcine africane. În fermele Smithfield din România sunt implementate măsuri pentru igienizarea tuturor materialelor care intră în adăposturi, prin dezinfecția acestora cu ajutorul unor lămpi UV și sisteme de nebulizare. Eficiența acestui sistem poate însă să fie mărită, iar soluția identificată de către echipă este utilizarea unui al treilea procedeu, complementar celor două deja în funcțiune: sistem de dezinfecție prin utilizarea căldurii. Proiectul-pilot, implementat în două dintre fermele Smithfield România, a prevăzut inclusiv monitorizarea temperaturii în cadrul camerelor termice, prin intermediul unei aplicații mobile.



RECOMPENSĂM RESPECTAREA BIO-SECURITĂȚII

Categoria: Inovație

Promotor: Nicolae Iorgovan

Preocuparea constantă a departamentului de bio-securitate și în general a tuturor angajaților Smithfield România rămâne protejarea 100% a sistemului și evitarea contaminării animalelor din sistem. Una dintre măsurile inițiate de către companie în ultimii ani este faptul că angajații nu pot crește animale din specia suină în gospodăriile lor, fiind o cerință sanitar-veterinară. Având în vedere îndelungata tradiție de consum a cărnii de porc în zona de Vest a țării, am gândit un sistem de recompensare pentru angajații noștri care au înțeles cerințele companiei în care lucrează. Proiectul de recompensare include astfel vizite ale unei echipe desemnate special, echipată cu mijloace IT pentru a marca într-un sistem centralizat gradul în care angajații respectă măsurile de biosecuritate. Fiecare vizită este marcată în sistem cu un punctaj, care se va transforma în bani pe care angajații pot să îi folosească pentru a achiziționa produse din carne de la magazinul fabricii. Acest criteriu de bonusare are avantajul de a crește interesul locuitorilor din zonele rurale pentru a deveni membri ai departamentelor de producție, transporturi, FNC și agricultură și, în același timp, de a crește posibilitățile de recrutare pentru departamentul de HR.

Operațiunea de tranșare a cărnii într-un mod consistent

Categoria: Excelență operațională

Promotori: Echipa de tranșare

Optimizarea indicatorilor de producție este una din prioritățile echipei Smithfield România, iar departamentul de producție Carne proaspătă a considerat oportună analiza și propunerea de noi proiecte de optimizare a parametrilor activității în secția de tranșare. Aceste procese sunt realizate, în cadrul departamentului de producție, prin procesare manuală de către operatori. Astfel, pentru eficiența producției, impactul major are la bază aptitudinile, abilitățile și cunoștințele tehnice specifice ale angajaților din tranșare.

S-a luat astfel decizia implementării unui plan de acțiune pentru optimizarea indicatorilor activității de tranșare, prin următorii pași:

- Standardizarea metodelor de lucru
- Sesiuni de "training on the job" pentru fiecare angajat, oferit de către supervisor
- Elaborarea și monitorizarea zilnică a rapoartelor
- Oferirea unui feed-back rapid și luarea măsurilor corective imediate, în cazul devierilor față de standard.

Efortul echipei de proiect a avut drept rezultat îmbunătățirea proceselor, dar și a cunoștințelor fiecărui operator.

Membrii echipei au posibilitatea să producă carne de porc și să mențină indicatorii de performanță și a rezultatelor la un nivel consistent și susținut, fără deviații majore.

Implementarea unui sistem de igienizare automat pe liniile de producție tranșare

Categoria: Excelență operațională

Promotori: Dinu Cerna, Ionuț Lăpădătescu

Nevoile de îmbunătățire continuă, în special în cadrul procesului intern de igienizare, rămân una din prioritățile de bază. Echipa noastră este 100% implicată în a identifica soluții noi de îmbunătățire, dar și de reducere și optimizare a timpilor de lucru. În mod tradițional, procesul de igienizare începea cu etapa de curățare mecanică a echipamentelor, realizată manual de către operatorii alocați în această zonă. Echipamentul automatizat achiziționat permite în acest moment realizarea a doi pași distincți în procedura de igienizare: curățarea mecanică și umezirea pentru curățarea ulterioară a benzilor. Rezultatul a fost scăderea cu aproximativ o oră a timpului alocat procesului de igienizare. Mărirea rapidității în execuție nu a alterat calitatea procesului și a oferit în plus posibilitatea alocării orelor de lucru economisite în alte zone în cadrul activității zilnice. Rezultatele acestui proiect nu au însemnat doar creșterea eficienței operațiunilor, ci și reducerea consumului de apă cu aproximativ 6.722 mc, îmbunătățirea parametrilor microbiologici și alocarea de timp de lucru suplimentari pentru alte proiecte.



Investiția în utilaje pentru zona produselor semi-procesate

Categoria: Excelență operațională

Promotori: Adriana Ilioiu, Cristian Stan

Un nou proiect de investiție în zona producției de semi-procesate a venit ca un pas firesc, imediat după închiderea posibilității de export, ca urmare a nevoii de a deservi canalele de vânzare internă. Piața locală oferă posibilități considerabile de absorbție a produselor Comtim cu valoare adăugată. Astfel, s-a alocat un buget de investiții într-o nouă



Valoare
Adăugată

zonă de procesare. Echipa de proiect a reușit, în condițiile pieței, să negocieze un sistem de testare a echipamentelor de procesare a cărnii fără a plăti taxe de închiriere. Pe întreaga perioadă a testării au fost produse peste 1.100 de tone. Volumele de producție au crescut și s-a reușit asigurarea deservirii pieței cu necesarul de produse semi-procesate în perioada Paștelui și a sezonului de vară.

“Am fost foarte încântat de faptul că producția a putut continua adaptarea rapidă la noua condiție a pieței, pentru a răspunde rapid comenzilor echipei de vânzări, cu reușite remarcabile. Am putut testa fără costuri de închiriere cel mai bun echipament existent pe piață care să răspundă nevoilor producției, iar ulterior am avut posibilitatea de a alege cea mai bună opțiune, cu începere imediată.”

Dorel Bodea - Director de producție

primit aprecieri pozitive la toate evenimentele de degustare. După parcurgerea tuturor pașilor procedurali necesari, a fost introdus în gama Bun de Gătit, secțiunea La cuptor. Succesul înregistrat pe piață de acest produs a fost mult peste așteptări, datorită gustului și frăgezimii deosebite, prezentării comerciale și unicității pe piață din România. În plus, ambalajul dublu permite păstrarea în condiții bune la raft și oferă satisfacție consumatorului pe termen lung, prin menținerea proprietăților gustului!

Felicitări tuturor!

DEZVOLTAREA UNUI NOU PRODUS DIN CARNE DE PORC COMTIM

Categoria: Inovație

Promotori: Dinu Cerna, Andrei Rohlicek, Mădălina Macovei

Dezvoltarea de noi produse cu gust desăvârșit, care să întregească portofoliul gamei Comtim - Bun de Gătit, atât de apreciată de clienți, rămâne o preocupare constantă pentru echipa din culisele fiecărui produs. Nou lansat pe piață, Mușchiulețul în bacon, parte din gama Bun de Gătit - la cuptor, aduce plus valoare gamei, prin aromele și frăgezimea specifică!

Idea testării acestui produs a fost proiectul echipei care a luat parte în 2019 la programul de Internship al departamentului Calitate. Mușchiul de porc este cea piesă fragedă și succulentă, care însă își poate pierde calitățile nutritive în cazul în care timpul de gătire recomandat este depășit. Produsul Bun de Gătit are însă o marinadă pe bază de ierburi aromate și este „îmbrățișat” de felii delicate de bacon, pentru a ne asigura că frăgezimea specifică va fi menținută după gătire. Produsul final, pe care îl servim la masă, are un aspect delicios, format din baconul crocant, în interiorul căruia ne lăsăm surprinși de succulența cărnii, aromatizată și condimentată, pentru un gust unic.

Mușchiulețul în bacon - Bun de Gătit este parte din gama produselor inovative, de calitate premium și a



**SUȘINEM ÎN CONTINUARE
DEZVOLTAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
DIN COMUNITĂȚILE ÎN CARE
ACTIVĂM!**



Programul „Adoptă o școală”, care vizează îmbunătățirea condițiilor de studiu în școlile din județele în care Smithfield România își desfășoară activitatea, a adus, și la finalul anului 2019, nenumărate bucurii elevilor! Organizat ca în fiecare an în parteneriat cu Inspectoratele Școlare Județene și primăriile locale, programul a sprijinit 11 instituții de învățământ în realizarea planurilor care au avut ca scop final îmbunătățirea condițiilor de studiu.

Fiecare instituție de învățământ eligibilă în program a beneficiat din partea Smithfield România de sprijin financiar în valoare de 10.000 Euro/ școală pentru implementarea unor proiecte specifice de investiții în reabilitarea și renovarea infrastructurii școlare, achiziții și dotare cu noi echipamente didactice IT&C sau amenajare de spații de joacă și sport.

Această ediție a vizat în special îmbunătățirea procesului educațional din județul Arad și două licee din județul Timiș:

- Școala Gimnazială Vânători
- Școala Gimnazială Șepreuș
- Școala Gimnazială Bocsig
- Colegiul Mihai Viteazul Ineu
- Școala Gimnazială Șineta Mare
- Școala Gimnazială Bârșă
- Liceul Teoretic Cermei
- Școala Gimnazială Apateu
- Școala Gimnazială Șicula
- Școala Gimnazială Mișca
- Liceul Tehnologic de Silvicultură și Agricultură Casa Verde din Timișoara
- Colegiul Național de Arte „Ion Vidu” Timișoara

**SMITHFIELD ROMÂNIA CREEZĂ
CONTINUU VALOARE ADĂUGATĂ
ÎN COMUNITĂȚI**

Smithfield România a susținut, în luna decembrie a anului trecut, 8 cauze speciale, care vor aduce valoare adăugată în comunitățile în care compania își desfășoară activitatea – din Timișoara, Jimbolia, Buziaș, dar și la nivel regional.

Astfel, în cadrul strategiei de implicare socială, Smithfield România a oferit sprijin următoarelor cauze:

- **Fundația Cristian Șerban**, care a construit din donații în Buziaș, un centru medical pentru copii și tineri cu afecțiuni cronice (diabet zaharat, cancer, boli neurologice, hepatice, respiratorii etc.), va avea posibilitatea de renovare a instalațiilor sanitare și de canalizare, dar și a unei părți a compartimentului de recuperare.

- **Asociația Uniunea Artiștilor Plastici** - Filiala Timișoara și-a propus să folosească ajutorul nostru în renovarea sediului și a Galeriei de Artă Helios din Timișoara. Astfel, membrii fundației se vor pregăti în condiții optime pentru evenimentele ce se vor desfășura în 2021, când Timișoara va fi Capitală Culturală Europeană.

- **Asociația Donor Sanuis Banat** va putea achiziționa echipamentele necesare unui centru de transfuzie mobil, în vederea asigurării necesarului de sânge în cele 17 spitale din județul Timiș pe care asociația le deservește.

- **Asociația Pacienților cu Reumatism din Banat „AREBA”** va achiziționa cu ajutorul sprijinului nostru financiar echipamente necesare activităților de kinetoterapie și gimnastică medicală.

- **Asociația Nord Arts Education Movement** a beneficiat de sprijin financiar pentru a organiza acțiunea „În căutarea rădăcinilor Europei”. Astfel, un grup de 7-14 elevi va vizita cel mai bătrân arbore din fiecare țară din UE.

- **Asociația New Odyssey** a beneficiat de sprijin financiar pentru dezvoltarea programelor din cadrul Centrului de Analiză Comportamentală Aplicată. Centrul are ca scop îmbunătățirea vieții persoanelor cu dizabilități.

- **Spitalul Dr. Karl Diel Jimbolia** va putea achiziționa cu ajutorul nostru aparatura medicală necesară tratării pacienților.

**270 DE SUFLETE MAI FERICITE, DE
SĂRBĂTORI**

Sub egida programului „Hrană pentru Suflete”, proiectul „Un Gând Bun de Sărbători” a continuat să aducă bucurie și în anul 2019! Voluntarii Smithfield România și-au propus să aducă magia sărbătorilor de iarnă persoanelor aflate în situații delicate și au ajutat 270 de beneficiari din cadrul a 5 fundații să aibă sărbători de iarnă mai frumoase. Cu ajutorul unui Chef bucătar, voluntari din cadrul mai multor companii, printre care și colegii Smithfield România, au pregătit o masă festivă celor 76 de beneficiari aflați în grija Căminului de bătrâni Inocențiu Klein din Timișoara. Pentru ca prânzul acestora să fie special și cât mai nutritiv, am folosit produse de carne Comtim!



Am păstrat tradiția și am vizitat și în acest an beneficiarii Complexului de Servicii Sociale Ineu, centru coordonat de Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Arad. Fabian, Florin, Sebastian, Doina, Denisa, Dana, Lorena, Cătălin, Cristina, Ioana, Bianca, Denisa, Maria, Alexandra, Ionuț, Paul, Renato, Manuel, Vasile și Daniel au primit din partea companiei și a voluntarilor Smithfield România haine, fructe, dulciuri, produse de carne, electrocasnice și diverse produse de îngrijire personală. Un alt beneficiar cu tradiție al acestei inițiative este Federația Caritas a Diecezei Timișoara, care coordonează un Centru de Îngrijire Paliativă. Smithfield România a susținut financiar asociația, pentru îmbunătățirea activității centrului.



Comunități

În această ediție, compania și-a îndreptat sprijinul și către două asociații noi. Beneficiarii Asociației „Casa Rafa”, care își propune prevenirea riscului de excluziune socială, școlară și familială a copiilor proveniți din medii vulnerabile, au fost incluși în programul din 2019. Astfel, 34 de copii au primit cadou din partea companiei rechizite și rucsaci. Fundația Sfinții Ierarhi Leontine și Tudosie își propune îngrijirea și educarea copiilor orfani sau lipsiți de mijloace de existență. Unul din centrele coordonate de fundație, Așezământul de copii Sf. Ierarh Leontie Rădăuți, a beneficiat din partea companiei de rechizite școlare și produse de carne Comtim care au fost folosite pentru realizarea a 1.480 porții de mâncare.



EVENIMENT „HRANĂ PENTRU SUFLETE” LA CANTINA „DAR DIN DAR” DIN PARTOȘ

**H R A N Ă P E N T R U
S U F L E T E**

Smithfield România

Pentru comunitatea din Partoș ziua de 6 martie 2020 a fost o zi specială datorită implicării Smithfield România, sub egida programului de responsabilitate socială „Hrană pentru suflete”.

„Sprijinul oferit în asigurarea de produse din carne de porc și a ingredientelor necesare pregătirii mesei de prânz pentru aproximativ 100 de persoane, copii și adulți care servesc zilnic masa de prânz la cantina „Dar din Dar” a fost un cadou de primăvară minunat. Pe lângă această masă gătită, toți beneficiarii s-au bucurat de mici cadouri, în funcție de vârstă. Cei mai mici au primit porcușori din ceramică pentru pictură, iar cei din clasele primare, gimnaziu și liceu au primit ghiozdane și rechizite. O donație care ne-a oferit multe emoții pozitive.

Întreaga comunitate din Partoș, alături de Conducerea Asociației Semper Agape mulțumește echipei Smithfield România și tuturor celor care au făcut posibilă acțiunea pentru Partoș,” ne-a transmis dna. Ecaterina Vasilica Chiu, Președinte al Asociației Semper, Agape, în cadrul căreia funcționează cantina.



CONTINUĂM SĂ SPRIJIN MEDIUL ACADEMIC

Smithfield România*

Programe Mediu universitar

Smithfield România continuă să sprijine mediul academic, ca parte a implicării sociale în comunitățile în care își desfășoară activitatea. La sfârșitul anului 2019, beneficiarii programului Smithfield Academics au fost:

- **Fundația Oeconomica Timisiensis**, care a beneficiat de sprijin financiar pentru a organiza evenimentul „Complexitatea și Particularitatea Analizei Economice Financiare în Ecosistemul de Afaceri”, ed. a 46-a.
- **Facultatea de Agricultură** din cadrul U.S.A.M.V.B.T. - sprijin financiar pentru a organiza diferite evenimente pentru studenți
- **Facultatea de Medicină Veterinară** din cadrul U.S.A.M.V.B.T. - sprijin financiar pentru a organiza diferite evenimente pentru studenți
- **Asociația Club Lions Dinamic Plus**, organizatoare a acțiunii de caritate „Visul unei seri de iarnă”, în cadrul căreia se strâng fonduri pentru modernizarea bazei de materiale a Liceului de Artă Ion Vidu, a beneficiat de asemenea de sprijinul nostru.



Comunități

CAMPANIA „DONARE DE SÂNGE”, EDIȚIA A 6-A

Cea de-a 6-a ediție a Campaniei de „Donare de Sânge” a avut loc pe 30 ianuarie la sediul Smithfield România. Această acțiune a fost organizată în parteneriat cu Centrul Regional de Transfuzie Sanguină Timișoara. 36 de colegi au zis DA! și au donat sânge, nerăbdători de a face o faptă bună și de a sprijini activitatea Centrului de Transfuzii din Timișoara.

SMITHFIELD ROMÂNIA SPRIJINĂ LINIA ÎNTÂI ÎN LUPTA COVID-19!

Smithfield România se alătură eforturilor de sprijinire a celor aflați în linia întâi a luptei împotriva COVID-19, medici și cadre medicale din spitalele din Timiș. Ca parte a efortului global al Smithfield Foods împotriva COVID-19, cei peste 4.500 de angajați ai companiei Smithfield România sunt mândri să sprijine cadrele medicale aflate în linia întâi a confruntării medicale cu pandemia de coronavirus.

„Mesajul nostru este că, împreună, putem depăși acest moment critic. Este esențial să rămânem calmi, să fim responsabili și să ajutăm comunitatea din care facem parte, respectând totodată măsurile de protecție și de combatere a transmiterii virusului. De aceea, vom continua să susținem eforturile cadrelor medicale din comunitățile noastre, așa cum am mai făcut-o deja, oferind sprijin financiar sau echipamente medicale pentru spitalele din Timișoara”, a declarat Goran Panici, Director General, Smithfield România.

Recent, compania a făcut donații **Asociației Dr. Victor Babeș** Timișoara (100.000 lei) și **Asociației pentru ATI „Aurel Mogoșeanu”** din Timișoara (100.000 lei), în vederea combaterii extinderii virusului COVID-19. De asemenea, a oferit echipamente medicale și materiale de protecție - măști chirurgicale (în valoare de 68.000 lei) mai multor instituții medicale și publice locale, printre care **Spitalul Dr. Victor Babeș**, **Spitalul de copii Louis Turcanu**, **Inspectoratul Teritorial de Muncă Timiș**, **Agenția pentru Protecția Mediului Arad** și **Inspectoratul pentru Situații de Urgență Timiș**, în valoare de 80.000 de lei. De asemenea, Smithfield România a venit în sprijinul a altor 5 asociații, oferindu-le prin intermediul programului de responsabilitate socială „Hrană pentru Suflete” peste 1.500 kg de produse de carne de porc, în valoare de peste 16.000 lei. Printre beneficiarii acestor produse sunt: **Federația Caritas a Adiacezei Timișoara**, **Fundația Pentru Voi**, **Fundația Timișoara 89**, **Fundația Missio Link International (Casa Deborah)** și **Asociația Creștină Speranță și Lumină**.

CALENDARUL ACȚIUNILOR FII UNUL DINTRE NOI



Smithfield România rămâne un partener de încredere în organizarea evenimentelor importante pentru comunitățile în care ne desfășurăm activitatea, menite să perpetueze tradițiile locale!

Ultimele evenimente organizate de autoritățile locale cu sprijinul nostru sunt:

Luna decembrie 2019:

- **Comunitatea Parța** a beneficiat de produse de carne de porc pentru a organiza un eveniment dedicat pensionarilor din cadrul comunei.
- **Comunitatea Biled** a beneficiat de produse de carne de porc pentru manifestarea cultural-artistică „Festivalul de datini, colinde și obiceiuri de iarnă”.
- **Comunitatea Ineu** a beneficiat de produse de carne de porc, sprijin pentru organizarea unor evenimente care au marcat Ziua Națională a României.
- **Comunitatea Periam** a organizat, de asemenea, activități care au marcat Ziua Națională a României și a beneficiat din partea companiei de produse de carne de porc.
- **Comunitatea Nițchidorf** a beneficiat de produse de carne de porc pentru buna organizare a evenimentelor prilejuite de finalul anului.
- **Comunitatea Jimbolia** a beneficiat de produse de carne de porc pentru evenimentul tradițional „Sărbătoarea de Ignat”.
- **Comunitatea Mișca** a beneficiat de produse de carne de porc pentru a organiza evenimentul în cadrul căruia a fost desemnat cetățeanul de onoare al comunei.

Luna februarie 2020:

Comunitatea Tormac a beneficiat de susținere pentru organizarea evenimentului cultural tradițional „Concurs de preparat cârnați tradiționali”, ed. a 4-a.



Arpad Pataki

Manager Producție Animală - Flux Birda
Divizia Ferme

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL SMITHFIELD ROMÂNIA?

Activitatea mea zilnică presupune coordonarea și supravegherea fermelor de creștere și îngrijirea de pe fluxul Birda. Obiectivele noastre sunt atingerea indicatorilor de producție

// AM INTRAT ÎN CADRUL ECHIPEI SMITHFIELD ROMÂNIA PRIN PROGRAMUL DE INTERNSHIP ÎN PRODUCȚIE. //

și menținerea gradului de biosecuritate la cel mai înalt nivel.

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Am trecut prin mai multe pasiuni: în școala generală îmi doream să devin profesor de matematică, în liceu îmi doream să devin cameraman și dansator profesionist de dans popular maghiar. În cele din urmă am ajuns inginer zootehnist.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

Ultimul serial pe care l-am urmărit

este „Chernobyl”, dar seriile mele preferate sunt cele de tip dramă: „CSI - Crime și investigații” sau „House MD”.

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Cea mai nevinovată plăcere vinovată dintre toate care există este gătitul.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Printre desenele mele preferate sunt cele care au fost create în studiourile de animații Hanna - Barbera (Tom și Jerry, Scooby Doo etc.) și Walt Disney.



Ramona Rusu

Coordonator Achiziții
Divizia Ferme

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL SMITHFIELD ROMÂNIA?

Fiecare zi este diferită, îți oferă provocări, de aceea și jobul îmi place mult. Nu te plictisești, ești mereu “în priză”. Printre responsabilitățile mele sunt gestionarea și repartizarea solicitărilor primite de la colegii mei, dar și acordarea de sprijin atunci când au nevoie.

// AM ÎNCEPUT CĂLĂTORIA ÎN CADRUL COMPANIEI ÎNCĂ DE PE BĂNCILE FACULTĂȚII, ȘI M-AM INTEGRAT FOARTE REPEDE ÎN ECHIPĂ. //

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Sincer, nu îmi mai amintesc exact ce mi-am dorit, dar de mică îmi plăcea să fiu înconjurată de prieteni și să avem diverse jocuri și activități. Probabil îmi doream încă de pe atunci un job unde să fiu printre oameni.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

La Casa de Papele- merită văzut!

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Dulciurile! Ups!

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Tot ce era frumos și se difuza la Cartoon Network: Tom & Jerry, The Flintstones.





Gabriel Oprea
Team Leader IT
Divizia Carne Proaspătă

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

Rolul meu este de a asigura îndeplinirea obiectivelor echipei pe care o coordonez, o echipă de profesioniști care au grijă, zi de zi, de buna funcționare a sistemelor IT integrate pentru Divizia Carne Proaspătă. Dacă ne referim la” asistentă, suntem receptivi

// PLĂCEREA MEA “NEVINOVATĂ” ESTE SĂ JOC FIFA. //

la nevoile utilizatorilor, atât în ceea ce privește modul de lucru, cât și la procedurile și programele utilizate de către aceștia.

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Prima mea dorință a fost să devin medic, însă cu trecerea timpului am ales să devin polițist. Am cochetat cu ideea aceasta până în liceu și chiar m-am înscris la Academia de Poliție. Totuși, în final am ales un alt drum și nu regret nimic.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

Îmi plac foarte mult seriile istorice. Am urmărit cu plăcere seriile Vikingii și

Marco Polo. Sigur recomand cu plăcere și Casa de Papel - un serial care te ține atent și te face ca de fiecare dată când se termină un episod, să îți dorești să mai vezi unul.

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Plăcerea mea „nevinovată” este să joc Fifa. Suntem un grup de prieteni care ne strângem în weekend, seara după ora 10 și jucăm Fifa.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Nu prea erau multe variante. Urmăream “Iepurele și lupul”, și după revoluție “Tom și Jerry”.



Angajați



Medana Dobre
Controlor Calitate
Divizia Carne Proaspătă

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI?

Din luna octombrie, mă ocup cu etichetarea produselor Smithfield România. În ultima perioadă am preluat mai multe responsabilități precum crearea de etichete, indecșii, specificațiile produselor, tot ce înseamnă

// CÂND ERAM MICĂ MĂ VISAM MEDIC VETERINAR. //

o etichetă. Este o responsabilitate foarte mare, care implică multă atenție și răbdare. Desigur, am și mult ajutor din partea colegilor.

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Când eram mică mă vedeam medic veterinar. Chiar am terminat Facultatea de Medicină Veterinară acum 2 ani. Am și lucrat în domeniu peste jumătate de an într-un cabinet, dar apoi am ales să vin la Smithfield România.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

Acum urmăresc The Sinner, de pe Netflix. Mă pasionează și seriile de tip documentar, pe subiecte precum dispariții, crime, cazuri nerezolvate.

Mă uit la multe seriale, dar nu rețin toate denumirile.

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Nu știu sigur cât de nevinovată este, dar îmi place foarte mult să plantez flori în grădină. De fapt, nu doar flori, chiar și legume. De asemenea, îmi place mult să gătesc - să experimentez rețete noi și delicioase!

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Îmi plăceau Tom și Jerry, Pinky and the Brain și Copiii de la 402. Desenele de acum nu mai sunt la fel de bune, dar încă mă mai uit. Am văzut toate părțile din Ice Age, Madagascar. Sunt animații pe care le revăd mereu cu drag.



Sorin Tanasă
Regional Manager Moldova
Elit

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL ELIT?

Am venit la Elit în anul 2014 ca Director Regional și de atunci administrez atât activitatea de vânzare cât și cea de logistică pe segmentele de Retail Tradițional și HoReCa în regiunea Moldova. Activitatea mea zilnică constă în coordonarea unei echipe de vânzări formate din 4 directori zonali ce au în subordine 21 de agenți de vânzări și a unei echipe de Logistică

// ÎMI PLACE FOARTE MULT DELTA DUNĂRII, AJUNG ACOLO DE 3-4 ORI PE AN ȘI PESCUIESC DIN BARCA MEA. //

și Livrare formată din 2 gestionari, 2 funcționari economici, un șef parc auto și 21 de șoferi livratori.

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Nu am avut o dorință aparte, în copilărie am fost pasionat de domeniul tehnic (electronică) unde am și activat într-un club ce aparținea de Casa Pionierilor din Suceava la vremea respectivă. Mai târziu, am urmat tot domeniul tehnic dar cel al construcțiilor unde am și profesat ca inginer constructor timp de 4 ani de zile. Din 2003 lucrez în Vânzări și pot să spun că este domeniul care mă definește cel mai bine.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

Prefer vizionarea documentarelor și

recomand „România neîmblânzită” de pe Netflix.

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Sunt două: Vânătoarea și Pescuitul. Legat de vânătoare pot să zic că dețin „câteva” arme frumoase și activez ca membru vânător pe două fonduri de vânătoare din Neamț și Bacău. Legat de pescuit ce pot să zic este că îmi place foarte mult Delta Dunării, ajung acolo de 3-4 ori pe an și pescuiesc din barca mea.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Ținând cont că am crescut în Bucovina și eram aproape de spațiul sovietic, cu siguranță: „Nu zaietz, nu pagadi”.



Christian Kilin
Director Dezvoltare HoReCa
Elit

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL ELIT?

În cadrul echipei Elit, dețin funcția de Director de Dezvoltare HoReCa. Activitatea mea zilnică presupune dezvoltarea portofoliului de clienți existenți prin identificarea clienților noi, identificarea soluțiilor personalizate pentru segmentul HORECA și traininguri pentru angajați.

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Ca orice copil, am trecut prin diferite faze în care orizonturile de dorință se modificau. Am început cu planurile clasice: polițist, medic sau astronaut. În momentul în care

// SUNT UN CONSUMATOR FIDEL A CEEA CE PRODUC. //

aceste proiecții începeau să se sedimenteze, având în vedere că am făcut foarte mult sport de performanță (în total cam 16 ani), am stabilit clar că îmi doresc să fiu un lider. Prima dată în sport, apoi și în ceea ce făceam zi de zi, încercând permanent să îmi cultiv această dorință. Într-un final, ajuns adult, îmi place să cred că am reușit.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

Sunt trei seriale la care „lucrez” concomitent în acest moment: Vikings, Outlander și Marile evenimente ale celui de-al Doilea Război Mondial. Pe lângă cele 3, aș mai recomanda: Suits, Breaking Bad și Banshee.

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Încerc să călătoresc minim de două ori pe an spre destinații îndepărtate. Am căpătat acest „virus” în cei nouă ani petrecuți ca angajat pe vase de croazieră și am încă locuri de vizitat pe listă, altele decât cele tradițional turistice. Ca fost sportiv de performanță, fac în continuare mult sport. Sunt un „consumator” atipic al acestui hobby, în sensul în care practic doar două sporturi: înot (sportul practicat de mine în trecut) și baschet (practicat în prezent de

fiul meu, la nivel de performanță). În rest, nu sunt consumator de segment.

Ultima, dar nu cea din urmă, fiind o plăcere nevinovată mai recentă, este gătitul. Sunt un consumator continuu a ceea ce produc. Mă învârt în „lumea horeca” de mai bine de 25 de ani, am lucrat cu sau cunosc bucătari (mai nou Chefi), celebri sau nu, și am acumulat cunoștințe și pasiune. Probabil că partea legată de consum îl consider guilty pleasure, deși procesul de creație e cel care mă stimulează. Ca sa fiu mai scurt, de fapt, gătesc și mănânc cam cu aceeași pasiune.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

Pentru mine, întrebarea e mai actuală decât ar putea părea. Partea de început, „când erați copil” nu stă în picioare, deoarece sunt consumator la timpul prezent. Am început desigur cu Tom & Jerry, până când am înțeles că cel mic, dar șmecher, nu câștigă mereu. Am făcut un step-up către Popeye, dar am ajuns la concluzia că proteina e mai bună decât spanacul și am trecut mai departe. Am văzut Scooby Doo, Captain Planet și Țestoasele Ninja. În ultimii ani am fost chiar și la premiere de animație: Finding Nemo, Happy Feet sau Lion King.





Lorena Petruș
Economist
Maier

CARE ESTE ACTIVITATEA DVS. DE ZI CU ZI ÎN CADRUL COMPANIEI MAIER COM?

Activitatea mea în cadrul companiei Maier Com a început în anul 2015, iar de atunci fac parte din Departamentul Financiar – Resurse Umane. Pot spune că activitatea mea în cadrul companiei nu este în fiecare zi la

// ÎN CLASELE I-IV AM VRUT SĂ DEVIN ÎNVĂȚĂTOARE. //

fel, în mare parte este vorba despre documente de angajare, modificări contractuale, analiză financiară și costuri de producție.

CÂND ERAȚI COPIL, CE VĂ DOREAȚI SĂ DEVENIȚI CÂND VEȚI FI MARE?

Când eram mică voiam să devin doctoriță, ca toate fetele. În clasele 1-4 am vrut să devin învățătoare, dar în timp viața m-a condus pe un alt domeniu după absolvirea unui liceu cu profil mate-info și Facultatea de științe economice.

CE SERIALE URMĂRIȚI ÎN PREZENT ȘI LE-AȚI RECOMANDA COLEGILOR?

De obicei nu prea urmăresc seriale. Sunt un fan al filmelor și de aceea le-aș recomanda colegilor să nu urmărească seriale, ci mai bine un film, fără reclamă

și vizionat într-o companie potrivită.

SPUNEȚI-NE UNA DIN „PLĂCERILE DVS. NEVINOVATE” (GUILTY PLEASURES).

Îmi place mult ciocolata, pisicile și de un timp încoace, îmi place să confecționez felicitări.

CÂND ERAȚI COPIL, CE DESENE VĂ PLĂCEAU CEL MAI MULT?

În copilărie am avut parte de multe desene animate... cred că asta făceam în cea mai mare parte a timpului pe lângă jocurile pe afară. Pe atunci telefonul nu era important. Cel mai mult urmăream Tom & Jerry, Mickey Mouse, Bugs Bunny, Timon și Pumba... mai târziu au apărut mai multe desene dintre care mi-au plăcut Totally Spies.



Angajați

NOU **COMPETIȚIA FERMA ANULUI!**

Recunoaștere pentru 140 de angajați ai Departamentului Producție – Divizia Ferme.

Indicatorii de producție pe baza cărora se evaluează performanța anuală a fiecărei ferme din grupul Smithfield România reprezintă un standard operațional auto-impus, dar și o cheie de evaluare și analiză a eficienței. În evaluarea lunară a Departamentului de Producție, s-au observat depășiri ale nivelului de performanță în multe dintre ferme, cu rezultate foarte bune, peste cifrele bugetate.

Astfel, s-a generat firesc o competiție internă între fermele de același tip, o competiție sănătoasă care motivează angajații să devină mai buni, mai implicați, cu rezultate deosebite.

Activitatea fermelor care intră în competiție este evaluată pe baza unor criterii specifice, în funcție de fiecare tip de fermă -ferme de reproducție,



Colectivul fermei Mașloc împreună cu angajații fermei Șiclău și area managerul Zoli Tar.

ferme GDU, ferme de tineret, ferme de tineret și WTF, ferme de tineret și îngrășare.

Au fost premiate, la începutul acestui an, 10 ferme și un număr total de 140 de angajați.

Felicitări angajaților fermelor evidențiate prin depășirea indicatorilor de producție specifici: Bacova, Mașloc-Șiclău, Birda, Sănnicolau Mare 1, Boldur 3, Pădureni, Jimbolia 4, Mocrea, Gătaia, Gurba. Proiectul de valorizare a angajaților va continua și în acest an! Pregătim premii-surpriză și evenimente de premiere deosebite!



Ciprian Lixandru
Director Producție Divizia Ferme

„Programul **Ferma anului**, inițiat la finalul anului 2019, a fost primit cu mare deschidere de către angajații din departamentul de producție animală! A fost gândit ca o ocazie de a lansa o competiție care să motiveze fermele din aceeași categorie pentru atingerea și chiar depășirea indicatorilor de producție pe baza cărora se analizează în mod uzual performanța. Felicitări tuturor! Premiera a fost organizată ca o surpriză, pentru prima ediție, însă ne dorim ca acest concurs anual să devină o tradiție. Vă încurajăm să continuați negreșit munca susținută, ca și până acum, pentru că rezultatele și aprecierea noastră nu se vor lăsa așteptate. Vom continua cu evenimente de premieră în cadrul unor acțiuni organizate în fiecare fermă în parte!”



Colectivul fermei Boldur 3

Mihai Ciobanu
Ferma Boldur 3

„Pentru câștigarea acestei competiții între ferme, experiența este primordială. Am fost premiați, ca echipă, pentru că am înțeles cu toții că rezultatele nu întârzie să apară atunci când fiecare își gestionează timpul eficient și se implică în procesele zilnice ale fermei. Vrem rezultate? Stăm lângă animale și le urmărim evoluția. Ca să rămânem în topul fermelor, sfatul meu este să fim consecvenți, implicați, să lucrăm cu dăruire, și în primul rând, să venim cu plăcere la serviciu. Aprecierile pentru noi, angajații din departamentul producție, au început să apară din toate părțile, de la cel mai înalt nivel. Echipa fermei este foarte mulțumită! În aceste vremuri tulburi, noi avem stabilitate la locul de muncă, dar și beneficii pentru munca și realizările noastre depuse zi de zi în cadrul fermei.”



NOU

GAMA SALADE DE LA ELIT

Elit își surprinde clienții printr-un proiect îndrăzneț de diversificare a portofoliului. De la începutul anului 2019, Elit intră pe piața salatelor gata pregătite cu brandul **Salade**. Gama de produse Salade a fost gândită special pentru cei care nu mai aud strigând din bucătărie „Masa e gata!”, ci trebuie să o pregătească singuri. Au fost alese cu atenție cele mai apreciate rețete și gusturi pe care ni le amintim din copilărie, dar și rețete care au intrat în obiceiurile noastre culinare relativ recent.

Gama Salade a fost creată de la zero – de la denumire brand, selecție rețete, design de ambalaj, punere în piață. În fiecare pas al dezvoltării de produs s-a ținut cont de noile trenduri de consum și de preferințele specifice ale consumatorilor din categoria "ready meal", astfel încât brandurile din portofoliul Elit să satisfacă și cele mai exigente gusturi. Produsele te scutesc de timpul petrecut gătind și spălând vase, și îți asigură și necesarul zilnic de proteine vegetale și fibre.

Sortimentarea de produse cuprinde acum 7 tipuri diferite de salate: Salată de vinete, Salata a la Russe, Fasole Bătută, Zacuscă de vinete, Hummus, Salată de boeuf și Hummus cu ardei copti. Produsele Salade sunt disponibile în rețelele de distribuție tradiționale, în magazinele de proximitate dar și online, prin intermediul aplicației Beez. Prin Beez, livrarea la domiciliu este gratuită. Produsele pot fi comandate și achiziționate la același preț ca în magazine.



NOUA GAMĂ DE PRODUSE ELIT - FINOM

Elit este mereu atentă la dorințele consumatorilor săi și le răspunde provocărilor prin dezvoltarea continuă de rețete și game noi de produse, chiar și clienților de nișă, păstrând totodată savoarea gustului desvârșit. Gama Finom, lansată la începutul anului 2020, este special dedicată gusturilor culinare specifice comunității maghiare și cuprinde o sortimentăție de 12 mezeluri delicioase.



Designul de produs atrăgător, denumirile produselor în variantă bilingvă și curiozitatea de a încerca mezeluri bune, condimentate pe gustul vecinilor noștri maghiari, ne fac să descoperim, sub brandul Finom, bunătați precum: slănină afumată cu boia, diferite sortimente de cârnați picanți - din carne de porc sau curcan, salamuri crud-uscate, de vară, karizer delicios, kaizer și tobă de ciolan. Vă invităm să căutați în magazine produsele Finom și să le degustați!



completă de produse din care pot alege: mezeluri (crenvurști, salamuri, produse crud-uscate, cârnați, șuncă, parizer, specilități), dar și carne de porc proaspătă, produse gata de consum (hamburger, aripi de pui marinate și prăjite etc.) sau sortimente diferite de salate (hummus, salată de vinete, zacuscă, salată de Boeuf, salată a la Russe etc). Comenzile se pot face prin intermediul aplicației de mobil Beez sau online, pe site-ul use-beez.com. Livrarea se face a doua zi sau în prima zi lucrătoare, în cazul comenzilor făcute în week-end, și este gratuită. Produsele sunt achitate online, prin intermediul unui card bancar.



PRODUSELE ELIT LA UN CLICK DISTANȚĂ DE CONSUMATORI



Dan Buda

Director Comercial Elit

Începând cu luna aprilie, ELIT livrează o gamă variată de produse alimentare direct acasă. Serviciul de transport este complet gratuit, produsele putând fi comandate și achiziționate la același preț ca în magazine. Prin acest serviciu, compania a dorit să încurajeze respectarea măsurilor de distanțare socială luate împotriva răspândirii coronavirusului, reducând la minim riscurile de contaminare în timpul aprovizionării cu strictul necesar. Consumatorii au la dispoziție o gamă

„În perioada aceasta, trecem toți prin momente dificile și înțelegem pericolele la care ne expunem pe noi și pe cei din jur, doar încercând să ne aprovizionăm cu strictul necesar. De aceea, dorim să venim în întâmpinarea românilor facilitându-le accesul la alimente de bună calitate, cu același gust desvârșit Elit, livrate direct acasă, la același preț ca în magazine”, ne-a transmis Dan Buda, Director Comercial Elit. Beez este un startup românesc, dezvoltat de o echipă de tineri IT-iști din Alba Iulia, județul unde își are sediul central Elit. Aplicația, prin beneficiul de cashback, oferă bani înapoi utilizatorilor, un procent din suma cheltuită reîntorcându-se, sub formă de credit pentru alte cumpărături sau în bani. La 50 de lei cheltuiți - suma minimă necesară pentru a face o comandă de produse Elit pe platforma Beez - clientul recuperează 3%, pe care îi poate folosi ulterior la cumpărături.



BRANDUL COMTIM, UȘOR DE GĂSIT



Proiectul de creștere a vizibilității brandului Comtim la nivel național se dezvoltă frumos și rapid. Astfel, în ultima perioadă, s-au personalizat cu logo-ul Comtim vitrine frigorifice, atât din rețelele IKA, cât și din magazinele tradiționale, la nivel local. Următorul pas va fi personalizarea magazinelor partenerilor care comercializează produse Comtim din întreaga țară!

„Ne dorim să personalizăm spațiile dedicate produselor Comtim cu imagini ale preparatelor din porc ale celor 3 game de produse:



Gama **Porc Proaspăt** - Produse proaspete din carne de porc porționate conform nevoilor consumatorilor.



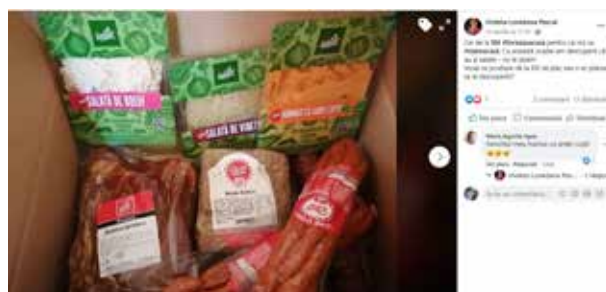
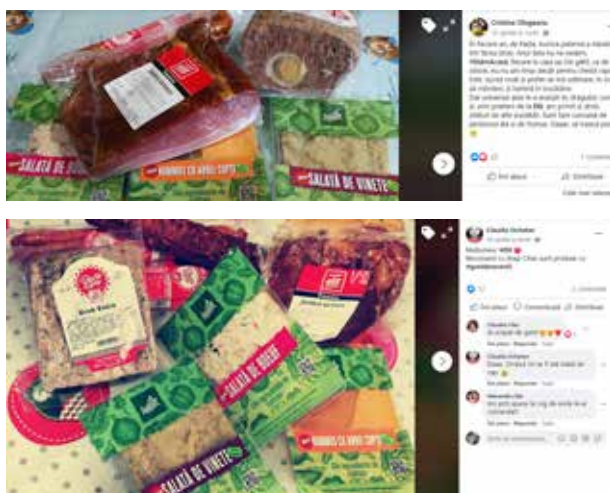
Gama „**Bun de Gătit**” - Produse marinate și frăgezite pentru grill și cuptor, care cuprind o paletă largă de rețete culese deopotrivă din bucătăria românească și cea internațională, fără E-uri.



Gama **PorcUșor** - Produse inovatoare adaptate cerințelor pieței, atât prin linia modernă de prezentare, cât și prin gama de produse și gramaj,” ne-a transmis Simona Axinia, Brand Manager.

CAMPANIE DE VIZIBILITATE NAȚIONALĂ ELIT LIVREAZĂ LA TINE ACASĂ

Livrarea produselor cu #gustdesăvârșit direct la clienți acasă reprezintă unul dintre planurile care au ca obiectiv creșterea notorietății brandurilor Elit la nivel național. Campania Elit - livrează la tine acasă, derulată în mediul online, în perioada sărbătorilor de Paște, s-a finalizat cu sute de vizualizări, like-uri și postări pe rețelele sociale ale mai multor bloggeri și jurnaliști din România. Scopul campaniei a fost de a încuraja oamenii să respecte provocarea #staiacasă alături de cei dragi, dar totuși să se bucure în continuare de produse cu #gustdesăvârșit.



Iar pentru zilele de post care mi-au mai rămas, am #salatadevinete și #salatadehumuscuardeocopti din gama de salate cu ingrediente de calitate! Mulțumesc ELIT pentru că mă răsfeți, multă sănătate și Sărbători Luminate! #elit #gustdesavarsit #mezeturileit #salateelit #drob #salatadeboeuf #stamacasa Elit



GRĂTAREL, PRODUSUL ANULUI

Cristian Orădan
Director General Elit

**CARE ESTE POVESTEA GRĂTĂREL DIN GAMA PLIN DE CARNE, DE LA ELIT?**

Grătărel s-a născut în anul 2014, din ambiția noastră de profesioniști de a crea un produs de foarte bună calitate, în categoria de cârnați. Etapa de dezvoltare a produsului a fost foarte frumoasă, pentru că am întâmpinat provocări pe care am știut să le depășim. Procesul de definire a rețetei a fost lung, dar și plăcut. Ne-am ocupat minuțios de întreg procesul de dezvoltare a produsului - de la dezvoltarea rețetei, testare, producție în parametrii optimi, denumire produs până la design de ambalaj și am reușit punerea în piață și fidelizarea consumatorilor, chiar și fără prea multă reclamă.

CUM ARATĂ PROFILUL CONSUMATORULUI GRĂTĂREL?

Consumatorii Elit - Plin de Carne - știu să recunoască produsele bune și să aprecieze calitatea superioară a materiei prime, a condimentelor bine dozate și grija cu care gestionăm procesul de preparare - în cazul de față un proces simplu, bazat pe zvântare și afumare, fără fierbere. Clienții noștri apreciază cu siguranță gustul desăvârșit.

CUI AR TREBUI SĂ ÎI MULȚUMIM PENTRU GRĂTĂREL?

Mulțumirile mele merg către echipa care a creat, dezvoltat, promovat și poziționat produsul în piață, astfel încât să fie accesibil consumatorilor noștri din întreaga țară. Nu în ultimul rând, le mulțumesc clienților - printre care se numără probabil și cititorii revistei interne - pentru votul

de încredere și pentru statornicia alegerilor lor. Îi încurajăm pe cei care nu cunosc produsul să îl încerce, deoarece am convingerea că vor fi cuceriiți de calitatea lui.

CE PĂRERE AI DESPRE PREMIUL PRIMIT? PRODUSUL ANULUI?

Acest premiu este o recunoaștere a calității produselor Elit - Plin de Carne, a perseverenței și profesionalismului cu care echipa noastră dezvoltă produse cu gust desăvârșit. Ne bucurăm și promitem să continuăm în aceeași notă.

NOTA GRĂTĂREL, PRODUSULUI ANULUI 2020

Cârnații Grătărel, Plin de Carne de la Elit au fost votați Produsul Anului® în categoria Cârnați, pe baza unui studiu realizat de către o companie specializată pe 30 de categorii de produse. Pe baza criteriilor de selecție, inovație, atractivitate și intenție de cumpărare, cârnații produși de Elit au fost cei mai apreciați, primind astfel titlul de „Produsul Anului”.

Iată câteva recenzii ale clienților noștri despre Grătărel, transmise prin intermediul paginii de Facebook Elit:

M.M. „I-am încercat și nota este 10.”

S.M. „Cei mai buni... Preferații pitecului meu.”

P.G. „Sunt distribuitor de mezeleri la Elit și am cumpărat și eu și sunt foarte buni, nota 10!”

I.C. „Da sunt super!! FELICITĂRI!!!”

S.I. „O minunăție de plăcere...recomand cu încredere!!!”

Grătărel aprinde imaginația consumatorilor noștri. Întrebați cum ar recomanda ei prepararea cârnaților Grătărel, aceștia ne propun:

F.R. „Pe moment îi rezolv: îi creștez din 2 în 2 cm, și îi sterilizez prin flambare, la grătar sau prăjire lentă și prin dispersare de dezinfectant câte un pic, pic - de să ne sfârșie papilele gustative.”

S.M. „Cârnații la grătar cu foc de lemne stropiți cu bere neagră cu garnitură făcută din frigărui de roșii coapte.”

A.S. „Cred că i-aș prăji în tigaie bucăți mai mici și i-aș încorpora într-o mămligă în straturi la cuptor ... sau făcuți întregi pe grilul electric cu niște ciuperci umplute cu brânză de burduf.”

P.A. „Îi fac bucățele 3-4 cm și îl învelesc în foietaj, bag la cuptor și merg foarte bine cu o bere rece sau un pahar de vin.”

G.R. „Nu contează cum sunt pregătiți (sunt buni oricum chiar și cruzi) bere să fie!”

G.T. „Stăm acasă frumușel, luăm cârnații #Grătărel îi perpelim în tigaie, lângă pastrama de oaie, stropim cu vin de Jidvei, apoi le dăm cu mujdei”

P.P. „Iau cârnații #Grătărel

Îi creștez ușurel

Îi înfășor ca un bebel

În formă de buzunărel

În aluat de foietaj bunicel.

(Cumpărat, bineînțeles

Căci talentul meu în bucătărie e more or less



VOTAT PRODUSUL ANULUI® ÎN CATEGORIA CÂRNAȚI.

Studiu realizat online, de Exact Business Solutions pe 30 de categorii. În categoria "Cârnați" eșantionul a fost de 501 respondenți, 18-65 ani, din mediul urban, utilizatori de internet. Eroarea maximă de eșantionare este +/- 4.4%. Studiul a avut loc în perioada 06.03.2020 – 09.04.2020. Criteriile de selecție au fost: inovație, atractivitate, intenție de cumpărare. Produsul câștigător a fost votat de către consumatori dintre produse comparate în categorie.

Detalii pe www.produsul-anului.com



Non-gospodinesc).
Apoi îi pun la cuptor
Îmi iau un vin acrișor
Aștept cuminte în mirosul ademenitor
Până se rumenesc mulțumitor.
Las buzunărelele să se răcească
În timp ce iubitul stă gură cască.
Le fac un plating arătos
Le mâncăm cu orice sos

Fiind mulțumită de iubitul meu nemofturos.
Pfiu! Hai că am răzbit și azi virtuos
În aventura pregătirii unui prânz sățios și gustos".
S.B. „Eu îi vreau prăjiți cu mămăligă și brânză de oaie și
totul stins cu o cană de iaurt proaspăt”

*Un produs desăvârșit, care ne dă
motive de sărbătorit.*

CAMPANIA DE BANNERE COMTIM ONLINE

Brandul Comtim a prins “aripioare” și în mediul online, începând cu iulie 2019, cu prilejul unei campanii de promovare a gamei Comtim „Bun de Gătit”, prin plasarea de reclame pe platformele online. Aceste reclame, care conțin produsele noastre și mesaje cheie, sunt vizibile pe un număr mare de website-uri culinare de referință, platforme de știri și noutăți de interes general.



Campania are ca scop promovarea Comtim pe plan național în vederea optimizării procesului de vânzare - cumpărare prin intermediul magazinelor partener de profil. Au fost analizate datele despre intențiile și preferințele de cumpărare ale clienților noștri, pe website-ul www.comtim.ro, în diferite momente ale anului, în anumite situații speciale în funcție de evenimentele sociale petrecute. S-au centralizat și profilat mai multe tipuri de comportamente de consumator ce vor ajuta în timp la efortul și la structurarea strategiei de marketing în sprijinul necesității de prezentare și vânzare a produselor Comtim - 100% românești în mediul online și offline.

Campania a fost orientată în prima fază de cercetare către recunoaștere. Datele culese au fost analizate în prima parte a proiectului doar pe Timișoara, permițând în partea a doua o campanie națională integrată. Reclamele online au rulat 12 ore pe zi, 7 zile din 7, în mod continuu aproape 12 luni - pentru a nu întrerupe analiza datelor în dinamica evenimentelor și a preferințelor vizitatorilor, posibili clienți ai brandului nostru. În cea de-a doua parte a campaniei naționale s-a început procesul de segmentare și țintire prin rețeaua display a clienților cu un profil apropiat preferințelor promisiunii de brand Comtim. Rezultatele pozitive nu au încetat să apară, astfel că din luna ianuarie am înregistrat o creștere cu peste 100% a interacțiunii cu site-ul Comtim - destinația actuală a campaniei de conștientizare. În partea a treia a strategiei de

informare au fost studiate preferințele consumatorilor, rezultate din datele centralizate în primele două părți și luate în calcul evenimentele sociale determinante pentru comportamentul actual al consumatorului. Rezultatul a fost un model coerent al preferințelor și al nevoilor posibiliilor noștri clienți. Prin urmare, s-au remodelat mesajele și anunțurile grafice, pentru o asimilare mai clară a beneficiilor produselor „Bun de Gătit”.

Noile date au arătat o preferință foarte mare pentru siguranța alimentară, produse românești de calitate, rețete funcționale și produse sigure. Toate acestea sunt atribute clare și pe care gama Comtim „Bun de Gătit” le asigură cu succes pe tot lanțul de producție și distribuție. Produsul “Dublu Ambalat” a fost mesajul cheie în comunicarea și alegerea produselor Comtim actuale. S-au înregistrat creșteri de 10 ori mai mari la accesarea website-ului nostru prin intermediul reclamelor #găteștesigur.



Conceptul ce stă la baza proiectelor noastre de marketing este unul centrat către client. Punem clientul și nevoile sale înaintea planurilor noastre. Vom lansa în următoarea perioadă noi produse, gândite pentru nevoile actuale ale pieței și actualizate, de la rețetă până la ambalaj, pentru un mai mare și mai funcțional impact. Vom construi campanii de activare pentru toate gamele noastre de produse, încercând astfel să fim mai aproape de clienții noștri și prin intermediul spațiului online. Comtim #găteștesigur!

Nu în ultimul rând, dorim să mulțumim tuturor partenerilor noștri din online, colegilor care s-au străduit să optimizeze și să inoveze brandul Comtim prin calitate, siguranță și o comunicare exemplară!

Mulțumim ComTeam și mult succes!

Articol scris de Simona Axinia, Brand Manager.



PROIECT DE PROMOVARE A BRANDULUI COMTIM ÎN MARILE REȚELE DE MAGAZINE.

Partea a 2-a



Cezar Ludoșean

Sales Manager - Modern Retail

Comtim, marca românească cu tradiție, se poziționează pe piață prin experiență și calitate cu o notorietate de peste 50 de ani. Echipa "ComTeam" duce mai departe acest brand, în toate rețelele de supermarketuri și hypermarketuri, aproape de clienți, cu produse îmbunătățite an de an, dar și cu moduri de prezentare noi. Astfel, dezvoltăm continuu produsele noastre pe baza rezultatelor obținute ca urmare a campaniilor de degustare in-store, la nivel național în marile lanțuri de magazine, dar și online prin studierea profilului consumatorului. Prin parteneriate cu marile lanțuri de magazine, am reușit să obținem spații dedicate, pe care le-am personalizat cu

o grafică modernă, asigurând extinderea spațiului dedicat produselor noastre la raft, precum și creșterea vizibilității și notorietății brandului Comtim.

Am început în Timișoara, prin rețeaua Auchan, unde am lansat gama Porc Proaspăt, adaptată cerințelor pieței. Astfel, oferim consumatorului posibilitatea să achiziționeze toată gama de produse proaspete din carne de porc produse într-o manieră responsabilă și ambalate într-un mod sigur. Deoarece rezultatele nu au întârziat să apară, magazinele raportând o creștere a vânzărilor pe categoria de carne ambalată de porc cu aproape 30%, am reușit să extindem proiectul în marile orașe din România (Cluj, București) urmând ca acest proiect să fie extins la nivel național. Deoarece ambiția este una dintre trasăturile echipei Comtim, începând cu luna mai, am reușit listarea produselor sub brandul Comtim, în marile rețele internaționale Lidl și Rewe (Penny), fiind astfel singurul producător de carne de porc care vinde în aceste magazine produse sub brand propriu. Următorul proiect în acest sens este dezvoltarea și implementarea de game regionale de produse, personalizate în funcție de specificul zonei. Implementarea acestor proiecte nu ar fi fost posibilă fără ajutorul echipei de Trade Marketing care se asigură zi de zi de continuitatea procesului de distribuție și mercantizare la raft.

Articol scris de Cezar Ludoșean, Sales Manager - Modern Retail.



REBRANDING PENTRU GAMA COMTIM - PORC UȘOR

Gama de produse COMTIM Porc Ușor îmbracă haine proaspete și se extinde cu încă un produs nou. Astfel, prin această gamă inovatoare pentru piața românească oferim produse care îmbină următoarele beneficii:

- Produse premium, porționate, frăgezite și asezonate potrivit;
- Preț accesibil;
- Identitate vizuală nouă - cu o tușă modernă definită de forme simple;
- Un mod de ambalare nou, oferit de o caserolă optimizată în funcție de cantitatea de produs.



COTLET DE PORC LA MINUT:

Produs obținut din cotlet de porc. Conține 8 felii delicate de doar 5 mm grosime, frăgezite și condimentate după o rețetă proprie, fără aditivi adăugați. Calorii puține, inovație, savoare, dietă echilibrată! Vrei să le ai pe toate? Chiar este posibil! Soluția vine de la noi! Încearcă noul cotlet la minut, un produs savuros din carne de porc, cu felii elegante, creat pentru ca tu să te bucuri de porții reduse caloric, în momente speciale! Dacă îl vei servi alături de o garnitură de salată proaspătă, vei avea parte de o masă gustoasă!



BACON DE PORC LA MINUT:

Produs obținut din piept de porc. Conține 10 felii fine de doar 5 mm grosime, frăgezite și condimentate după o rețetă proprie, fără aditivi adăugați. Transformă micul-dejun într-un deliciu contemporan! Te invităm să încerci feliile delicate de bacon la minut, care după ce se odihnesc în tigaie preț de doar un minut, te întâmpină cu un aspect rumenit și ușor expandat. Textura și crocanța specifică îl fac savuros și cuceritor în cele mai diverse combinații!

cerințelor consumatorilor. Conține 2 bucăți a câte 125g.

Acea bucată de carne succulentă, gătită pe grătarul încins, cu garnituri de sosuri și salate, între două bucăți de chiflă proaspătă și rumenită? Mmm.... știți despre ce e vorba? Cred că oricine se activează imediat la cuvântul burger. De fapt, toate simțurile ni se trezesc când vine vorba de astfel de bunătăți. Am creat un mozaic din carne, l-am asezonat la nivel de artă culinară și i-am adăugat toată priceperea noastră! Așadar, te invităm să fii un artizan al artei culinare moderne folosind, pe lângă feliile de burger și baconul la minut!



ȘNITEL DE PORC

Produs obținut din cotlet de porc. Conține 3 bucăți frăgezite, condimentate și învelite într-o crustă delicioasă, fără aditivi adăugați. Descoperă versatilitatea șnițelului contemporan PORC UȘOR COMTIM prin moduri de gătire și de servire mai creative. Mixat cu salate, garnituri și sosuri, întreg sau tăiat felii, te va ajuta să crezi atât farfurii tradiționale, cât și sandvișuri sau salate gourmet! Să te răsfeți cu o rețetă savuroasă de șnițel fraged și aromat este chiar mai ușor decât crezi!



BURGER DE PORC:

Produs obținut din carne de porc, condimentat și dimensionat conform





NOU! CĂRNAȚI DE PORC

Produs obținut din carne de porc. Conține 5 perechi de cărnăciori potriviți atât pentru tigaie, cât și pentru grill. Aveți nevoie de o soluție rapidă pentru mese delicioase și ușor de pregătit? Am creat pentru tine perechi de cărnăci perfect condimentați și dimensionați, oferind astfel o opțiune minunată pentru acele dimineți aglomerate din săptămână, dar totodată o alegere nimerită pentru mese de inspirație tradițională, gustoase și hrănitoare.

Articol oferit de Simona Axinia, Brand Manager.

tinerilor români, dar să rămână fidel și preferințelor celor cu vârste de peste 60 de ani.

Ne prezentăm astfel, pentru prima dată după 35 de ani de absență pe piața conservelor românești, cu trei produse echilibrate pentru un profil de cumpărător actual, prezentate într-un ambalaj cu grafică modernă:

Pate de porc Românesc



Retetă Clasică. Rețetă românească originală optimizată în funcție de tendințele consumatorilor, cu o listă de ingrediente scurtă și curată și cu un conținut mai mare de ficat decât a competitorilor principali. Este singura rețetă din piață din această categorie cu adaos de carne de porc pentru a oferi consumatorilor o sursă de proteine de cea mai bună calitate.

Pate de porc Românesc



Retetă Dublu Ficat. Este o rețetă premium, românească, originală, optimizată, cu conținut crescut de ficat.

Conservă din carne de porc



Retetă standard. Rețetă românească îmbunătățită ce are la bază dorința de a răspunde preferințelor consumatorului.

Îmbinăm tradiția cu inovația, pentru a construi un viitor bazat pe progres, excelență operațională și responsabilitate.

Articol oferit de Simona Axinia, Brand Manager.

NOU GAMA DE CONSERVE COMTIM

Comtim lansează o Gamă de Conserve, având în vedere că piața de conserve provenite de la producători de încredere câștigă din ce în ce mai mult teren datorită siguranței produsului, a termenului de valabilitate, dar și a cerințelor de stocare prietenoase. Astfel, am creat pentru clienții noștri o gamă de conserve compusă din Pate și Carne de Porc, sub ambalaj tricolor, pentru a sărbători atât gustul cât și mândria de a fi român într-un context cultural și social european actual. Ne-am dorit ca brandul Comtim să se poziționeze mai bine în conștiința



CINĂ FESTIVĂ CU MUȘCHIULEȚ ÎN BACON ȘI MORCOVI CARAMELIZAȚI



Mușchiulețul în bacon și morcovi caramelizați sunt combinația perfectă pentru a vă asigura o masă delicioasă. Deoarece carnea de porc este nelipsită de pe mesele românilor, ne-am gândit să venim în ajutorul gospodinelor cu o rețetă nouă și un produs mult așteptat pe piață - Mușchiuleț în bacon.

Ingrediente pentru 4 porții:

2 caserole Mușchiuleț în Bacon COMTIM din gama „Bun de Gătit” / 600 g morcovi / 50 g unt / 1 linguriță zahăr brun / 2 fire de usturoi verde sau 2-3 căței de usturoi / 200 ml apă / Sare după gust.

Mod de preparare: Mușchiuleț în Bacon Comtim „Bun de Gătit”

1. Se așază într-o tavă pe o hârtie de copt și se dă la cuptor în primă etapă, 35 de minute la 160°C, ulterior crescând temperatura la 180°C pentru încă 10 minute.
2. Se curăță morcovii, se spală, apoi se taie pe lungime în sferturi, după care se pun într-o tigaie sau cratiță largă, unde se adaugă untul și se pun la foc mediu. După ce untul s-a topit, adăugăm apa și zahărul brun și îi lășăm pe foc aproximativ 20 de minute. Când a scăzut apa, testăm morcovii să vedem dacă sunt pătrunși și îi mai lășăm 2-3 minute să se caramelizeze.
3. După ce îi luăm de pe foc adăugăm sarea și usturoiul pentru a-și păstra mai bine aroma.
4. Opțional putem adăuga și puțin piper măcinat sau rozmarin.

Poftă bună!

REȚETĂ REALIZATĂ DE BLOGGERUL CULINAR TEO ROGOBETE WWW.TEOSKITCHEN.RO



Produsele Elit devin tot mai apreciate și găsite de influențeri culinari din România, odată cu promovarea campaniei

„Rețete de senzație cu gust desăvârșit”. În colaborare cu Teo Rogobete (Teo's Kitchen) și Don Boxter, câteva din produsele Elit au fost vedeta unor rețete video promovate pe rețelele de socializare ale celor doi bucătari cunoscuți. Rețeta de mai jos este pentru cea mai importantă masă a zilei, micul-dejun! Enjoy it!

Sfaturi despre rețetă:

- Checul sărat este perfect pentru micul-dejun sau o gustare în timpul zilei, pentru cei mari sau cei mici în egală măsură. Îl puteți servi cald sau rece, alături de cremă de brânză sau o salată de roșii și castraveți.
- Pentru o păstrare mai îndelungată, puteți congela feliile de chec până la 3-4 săptămâni. Nu vă rămâne decât să îl încălziți în cuptorul cu microunde înainte de a-l consuma.
- Checul pentru micul-dejun este o rețetă perfectă pentru a “recicla” ingredientele pe care le aveți la îndemână în frigider.

Ingrediente pentru un Chec pentru micul-dejun:

300g făină / 1 pliculeț praf de copt / 4 ouă / 150ml lapte / 50ml ulei de măsline / 200g Salam cu șuncă țărănesc Elit / 150g caș/ telemea tăiat/ă cubulețe / 60g miez de nucă / sare, piper, ierburi aromatice uscate, după gust / ½ legătură pătrunjel verde.

Încingem cuptorul la 180°C și tapetăm forma pentru chec cu unt și făină/ hârtie de copt sau spray non stick. Puteți coace checul în tava pentru cozonac, în tava rotundă cu diametrul de 20-22 cm sau în tava dreptunghiulară de 20x30 cm. Într-un bol încăpător, amestecăm ingredientele lichide: ouă, lapte, ulei. Condimentăm cu sare, piper, ierburi aromatice. Adăugăm făină cernută împreună cu praful de copt. Amestecăm până avem un aluat omogen, fără cocloașe. Adăugăm cubulețele de caș, salam, miezul de nucă și pătrunjelul tocat fin. Amestecăm. Turnăm compoziția în tava pregătită. Coacem 45-50 minute sau până checul trece testul scobitorii. După 25-30 minute sau când checul este rumenit, îl acoperim cu folie de aluminiu și îl lășăm în continuare în cuptor. Astfel, ne asigurăm că se coace și la interior, fără a fi prea rumenit la exterior.

„Pe cât de simplă este rețeta de Chec pentru micul dejun, pe atât este de savuroasă! Vă promit că va fi foooooarte greu să așteptați să se răcească pentru a gusta 1-2-3 felii! Iar Salamul cu șuncă țărănesc de la Elit s-a potrivit perfect în rețeta mea!” a transmis Teo. Pentru mai multe rețete delicioase Elit, puteți urmări pagina de Instagram teoskitchen și elit.mezeluri.



INTERVIU MASCOTA COMTIM,

partea a 2-a (continuare din ediția a 18-a)



Mascota Comtim în acțiune!

Îndemnul Mascotei Comtim: **Ajutați-i pe cei din jurul vostru, respectând măsurile de prevenție!**

Mascota Comtim a devenit cunoscută, și este foarte apreciată și iubită de toți colegii noștri. Încă de la prima ei apariție pe scena publică, la Flight Festival, aceasta este tot mai căutată de colegi care vor să afle mai multe detalii despre viața ei.

Prin urmare, în continuarea primului interviu din ediția nr. 18 a revistei interne Mozaic Smithfield România, am reușit să stăm la povești cu ea și să o cunoaștem mai bine. Vedeți mai jos ce ne-a răspuns:

NE-AI PUTEA SPUNE CARE ESTE PRODUSUL TĂU PREFERAT COMTIM?

Hmm... Este foarte greu de decis! Noi avem doar produse bune! Cred că Scăricica marinată „Bun de Gătit” este totuși preferata. Aș putea să o savurez de mai multe ori pe săptămână și tot nu m-aș sătura!

CARE SUNT PLANURILE TALE DE VIITOR, ÎN AFARA CARIEREI?

Păi, în primul rând îmi doresc să mă reapuc de activitățile sportive: mers la sală, alergat etc. Țin foarte mult la aspectul meu, deoarece vreau să rămân un porc atrăgător. În al doilea rând, vreau să îmi îndeplinesc un vis

mai vechi și să-mi creez o sală de jocuri, pentru mine și prietenii mei purcelușii, unde să ne întâlnim la finalul săptămânii și să ne recreem. Vreau să fie o sală maaaree, cu multe jocuri precum biliard, ping-pong, mai multe flippere și Playstations. Vă aștept și pe voi!

CU CE COLEG DIN COMPANIE AI DORI SĂ FACI SCHIMB DE JOB PENTRU O ZI?

Îmi plac toate departamentele, nu mă pot decide! Mi-ar plăcea să am ocazia să fac schimb cu fiecare din ele. Aștept să mă contactez primul departament doritor!

CARE ESTE ANIMALUL TĂU PREFERAT?

Leopardul, categoric! Îmi plac felinele în general, pentru că sunt agile și elegante. După ce îmi voi relua activitățile sportive cred că voi fi și eu mai agil și elegant.

CE LE TRANSMIȚI COPIILOR, CU OCAZIA ZILEI DE 1 IUNIE?

Aș vrea să le transmit gânduri frumoase tuturor copiilor! Îi îndemn să își asculte părinții, bunicii și profesorii, să facă mișcare în afara calculatorului și să învețe cât mai bine la școală. Să fie responsabili de mici față de ceea ce fac sau spun.

CE SFATURI LE DAI OAMENILOR ACUM, ÎN CONTEXTUL COVID-19?

Vreau să le zic doar atât: Fiți responsabili! Ajutați-i pe cei din jurul vostru, respectând în același timp măsurile de prevenție!

P.S. Abia aștept să organizăm evenimente de responsabilitate socială în care voi să fiți voluntari! Sunt nerăbdător să ne jucăm împreună!

Vă îmbrățișez pe toți! #guitzguitz

O PASIUNE CULINARĂ DELICIOASĂ

În luna februarie 2020, o echipă de 5 prieteni gurmanzi, pasionați de bucătărit, printre care și colegul nostru Robert Solticzki, Organizator Producție în secția Ambalare, au participat la Concursul anual de preparat cârnați „Beloblatska Kobasica”, eveniment ce a strâns peste 15 mii de vizitatori într-o localitate de 1.000 de locuitori. Organizat în localitatea Belo Blato din Serbia, competiția a adunat 58 de echipe din mai multe țări care și-au propus să îi încante pe cei prezenți cu rețete de cârnați care mai de care mai delicioase. Fiecare echipă a fost jurizată pe baza pregătirii a două bucăți de cârnaț, realizat după o rețetă proprie, atât crud cât și prăjit.

Le urăm succes pentru viitoarele ediții! „Ne-am înscris în această competiție din plăcerea de a găti și de a obține o experiență plăcută. Cu toții suntem gurmanzi și ne place să gătim des, în special produsele Comtim. Pot spune că sunt fan scăricică marinată „Bun de Gătit”, maseteri și CPL 90/10 ciolan. ne-a mărturisit colegul nostru Robert.



**PROGRAMELE SMITHFIELD
ROMÂNIA DE RESPONSABILITATE
SOCIALĂ CONTINUĂ SĂ ADUCĂ
BUCURIE**



Iată câteva din gândurile pe care le-au transmis companiei și voluntarilor:

„Dorim să vă mulțumim pentru tot ceea ce ați făcut pentru noi în acești ani. Cadourile dvs. au fost fericire pentru noi de fiecare dată. Putem doar să vă arătăm mulțumirea prin recunoștință, respect și dragoste!

Cu prețuire,
Copiii CSS INEU”
Casa de tip familial Bocsic

„Vă mulțumim frumos pentru rechizite și ghiozdane! Copilașii noștri au fost foarte bucuroși atunci când le-au primit, unii nu mai aveau rechizite sau aveau ghiozdanele rupte. Donația din partea dvs. a venit la momentul potrivit, aducând bucurie pe chipurile copilașilor de la Asociația Casa Rafa. Vă mulțumim frumos pentru bunătatea și dărnicia dvs.!”

Livia Silasi, Administrator Asociația Casa Rafa

„Vă transmitem prin aceste rânduri mulțumirea și recunoștința noastră pentru grija pe care o manifestați față de copiii din Așezământul Sfântul Ierarh Leontie și vă asigurăm că acești copii s-au bucurat de deliciul și diversitatea produselor primite. După cum știți, așezământul nostru oferă sprijin permanent privind educația, creșterea și îngrijirea copiilor aflați în situații deosebite. Orice implicare din exterior din punct de vedere material sau financiar contribuie la realizarea cât mai deplină a obiectivelor noastre. Aceste obiective nu înseamnă altceva decât asigurarea condițiilor necesare dezvoltării fizice și mentale a copiilor noștri și pe cât posibil, a suplinirii dragostei părintești.

Cu recunoștință și considerație,
Preot Iustin” - Așezământului Sfântul Ierarh Leontie

„De o săptămână, avem 10 pedagogi care locuiesc alături de beneficiarii noștri în cele 6 locuințe protejate-măsură de prevenție obligatorie impusă de Ordonanța nr. 8. Asta înseamnă 10 porții în plus-3 mese pe zi, timp de cel puțin 5 săptămâni până se termină starea de urgență.

Prieteni noștri mai vechi, firma Smithfield România, ne-au făcut o surpriză, cu o sponsorizare de 100 kg mici Comtim. Sunt foarte bineveniți! Mulțumim tare mult!”
Fundația Pentru Voi, d-na Laila Onu, Director

„În aceste vremuri deosebit de grele din cauza contextului epidemiologic actual generat de pandemia cu noul SARS-COV2, Federația Caritas Timișoara menține funcționale 17 servicii de asistență socială din județele Timiș și Caraș-Severin. Ele însumează în această perioadă un număr total de peste 450 de beneficiari. Prin donațiile făcute de Dvs. au putut fi susținute toate centrele noastre de asistență socială: 3 centre rezidențiale pentru copii de tip familial.

4 servicii de îngrijire la domiciliu: Timișoara, Bacova/ Buziaș, Caransebeș, Reșița.

2 servicii de îngrijire socio-medicală pentru vârstnici de tip azil.

1 centru de îngrijire paliativă de tip Hospice.

1 fermă de integrare socio-profesională pentru adulți fără adăpost.

1 azil de noapte pentru oamenii fără adăpost.

3 cantine sociale.

1 adăpost pentru femei victime ale violenței domestice.

1 locuință protejată pentru persoane cu dizabilități.

Federația Caritas a Diecezei Timișoara,
Herbert Grun, Președinte

**FAN COMTIM – SMITHFIELD
ROMÂNIA, DINU CERNA**

Colegul nostru, Dinu Cerna, Manager Calitate, ne-a impresionat cu achiziția și ideea lui de a promova brandurile noastre, prin personalizarea unei perechi de încălțăminte sport cu logourile noastre: Comtim, respectiv Smithfield România.



**Felicitări Dinu
pentru idee!
Ai primit bulina**



ANGAJAȚII ELIT - FANII PRODUSELOR CU GUST DESĂVÂRȘIT

Angajații Elit sunt protagoniștii paginilor de Social Media Elit, prin interviurile acordate și cuvintele frumoase, dar și amuzante oferite. Pentru cei curioși de a afla mai multe detalii și despre alte subiecte interesante despre angajații, produsele și concursurile Elit - nu ezitați să intrați pe <https://www.facebook.com/mezeluri.ro/>
<https://www.instagram.com/elit.mezeluri/>



George are 40 de ani, este căsătorit și lucrează la Elit de 13 ani. E policalificat, zice el. Tranșator cu experiență de 14 ani, atestăm noi. Produsul Elit preferat: Salamul Chorizo. „Asta este o întrebare capcană. Oricare e bun!”, glumește el. #lovemyjob



O cheamă Ana Luca, dar i se spune, desigur... Ana Lugojana. De neînlocuit printre #OameniiELIT, tranșează carnea perfect de 5 ani. Când vine vorba despre produsul preferat, nici nu stă pe gânduri: „Ce tot laudă colegii mei doar micii? Cârnații #PlinDeCarne sunt cei mai buni!”



Mihaela are 50 de ani, este mama unui băiat aproape major și de doi ani prepară cei mai buni cârnați la Elit. Dintre produsele preferate? Salamul Regal, pentru că "este cel mai gustos". L-ați încercat?



Colegul nostru Ioan Câmpean are 42 de ani, este tată de băiat cu un tonus de invidiat și o sinceritate de speriat. De 2 ani, ambalează cu grijă produsele ELIT și recomandă, fără a sta mult pe gânduri, Salamul Bănățean. „Eu vin voios la lucru. Mă mai enervez pe parcurs. :)” - ne spune Ioan, ca un adevărat fan al mezelurilor cu #gustdesăvârșit, desigur.

**Felicitări tuturor!
Ați primit bulina**



Cârnații Grătărel, "Plin De Carne" au fost desemnați Produsul Anului 2020.



BRDUS S.R.L. S.C. 2001
139
Plin De Carne
elit
Carnati Gratarel
Produs in Romania: SC Vericom 2001
SRL, str. Drumul intre Tarlale, nr
25-29, Sector 3, Bucuresti, Tel:
0212-561-413, Fax: 0212-561-416



Votat **Produsul Anului**® în categoria Cârnați. Studiu realizat online, de Exact Business Solutions pe 30 de categorii. În categoria "Cârnați" eșantionul a fost de 501 respondenți, 18-65 ani, din mediul urban, utilizatori de internet. Eroarea maximă de eșantionare este +/- 4.4%. Studiul a avut loc în perioada 06.03.2020 - 09.04.2020. Criteriile de selecție au fost: inovație, atractivitate, intenție de cumpărare. Produsul câștigător a fost votat de către consumatori dintre produse comparate în categorie. Detalii pe www.produsulanului.com